دراسات في الإعلام

صحافة الفيديو

تقنياتها وإشكالياتها

د. فتحي حسين عامر





صحافة الفيديو

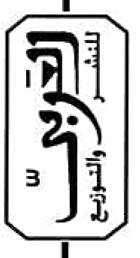
تقنياتها وإشكالياتها

صحافة الفيديو
تقنياتها وإشكالياتها
د. فتحي حسين عامر

الطبعة الأولى: 2020

رقم الإيداع: 2020/1646
الترقيم الدولي: 9789773195564
الغلاف: عصام آمين

© جميع الحقوق محفوظة للناشر
60 شارع القصر العيني – 11451 – القاهرة - مصر
ت: 27921943 2 20+ – 27954529 2 20+ فاكس: 27947566 2 20+
www.alarabipublishing.com.eg



بطاقة فهرسة
عامر، فتحي حسين
صحافة الفيديو.. تقنياتها.. وإشكالياتها / فتحى حسين
عامر، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2020 - ص؛ سم.
تدمك: 9789773195564
1– الصحافة التكنولوجية
أ- العنوان 070.4496

صحافة الفيديو

تقنياتها وإشكالياتها

د. فتحي حسين عامر



بسم الله الرحمن الرحيم

"وَاللهُ غَالِبٌ عَلَى أَمْرِه وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ"

صدق الله العظيم
الآيه 21 من سورة يوسف

إهداء

إلى أعز الناس.. أمي
إلى أبنائي فلذات أكبادي
أدهم – مريم – أحمد
وإلي طلابي من الشباب
الذين سيقودون المستقبل بكل تحدياته وآلياته الجديدة

المؤلف،،

مقدمة

تعد صحافة الفيديو أحد الاتجاهات الحديثة التي ظهرت مع الصحافة الإلكترونية وتجاوزت النص المكتوب إلى تقديم مادة تحريرية مصورة بالفيديو وبث مباشر عن طريق تقنية الوسائط المتعددة التى صممت خصيصًا للإنترنت. حيث تعتمد صحافة الفيديو اعتمادًا كليًا على الفيديو وتقنياته الإلكترونية المختلفة في تحرير المادة الصحفية ثم عرضها علي الجمهور. وهذا النوع من الصحافة تميز بالتفاعلية في عرض المادة الصحفية بالصوت والصورة، ما جعلها أكثر مصداقية في نقل الأحداث خاصة وأن معظمها يكون عبر البث المباشر على موقع الصحيفة أو علي اليوتيوب. وهذا التطور في خدمات الصحف يدل على أنها بدأت تعي المنافسة الشرسة التي وقعت فيها مع الوسائل الأخرى التي أصبحت متجددة كل ثانية في النص والصوت والصورة، وما جعلها تتخوف من اندثارها في عصر أصبح التطور التكنولوجي هو العامل المسيطر على تقدم وسائل الإعلام وجعلها في المقدمة من أجل الوصول للجمهور.

وصحافة الفيديو جزء أساسي من الصحافة التي تتطلب الحرص الأكبر لجهة الالتزام بأخلاقيات المهنة لأن الإنسان بطبيعته يتأثر بالصورة أكثر من الحرف المكتوب.

كما ظهور موقع اليوتيوب كشكل من أشكال التواصل المرئي على الإنترنت خلق نوعًا من التواصل والثورة التكنولوجية وأصبح الحصول على الفيديو غير مقتصرٍ على السينما والتلفزيون ولكن الآن من خلال جهاز الكمبيوتر يمكن الحصول عليه وحفظ ملفاته، وكذلك باستخدام الهاتف المتحرك.

وقد أنتجت الثورة الرقمية كاميرات ذات جودة عالية للغاية إذا ما قورنت بالكاميرات التليفزيونية التقليدية، بينما حجمها الحقيقي لا يزيد كثيرًا عن كاميرات الهواة الحديثة، وأقل كثيرًا أيضًا من كاميرات الهواة التقليدية وصغيرة موجودة في الهاتف المحمول.

هذه الكاميرات توفر سهولة كبيرة فى الاستخدام حتى إن مشغلها ما عادت تؤرقه كثيرًا المسائل الهندسية كضبط الإضاءة والوضوح بقدر ما يشغله المحتوى.

بالإضافة للكاميرات الحديثة المتطورة، ظهر أيضًا المونتاج اللاخطى، وتطورت أجهزة الحاسب حتى أصبح فى الإمكان بسهولة فائقة عمل المونتاج وتصحيح أى عيوب بالصورة ومكساج الصوت كل هذا على جهاز حاسوب شخصى متنقل بينما كانت غرف المونتاج التقليدية تكلف عدة مئات الآلاف كل هذا اختصر فى حاسوب نقال وكاميرا صغيرة يمكن حملهما إلى أى موقع للتصوير والمونتاج فى موقع الحدث، ثم بث المادة الإعلامية إلى أى مكان فى العالم عن طريق الإنترنت الذى هو ثورة إضافية، حيث جعل الإنترنت وتطوره السريع وسرعته الحالية الفائقة والتى تزيد يوماً بعد يوم، إضافة لتطور برامج ضغط الفيديو، التى انتهت لتصغير حجم الملفات بشكل ملحوظ مع الحفاظ على الجودة العالية للصورة والصوت، كما يحدث عند استخدام صيغ للضغط، كل هذا أضاف وزاد من أهمية صحافة الفيديو التى أصبحت مهمة ليس فقط لمحطات التليفزيون، بل أيضاً لمواقع الإنترنت والصحف التى سارعت بإصدار نسخ إلكترونية تزيد حالياً معدلات قراءتها عن معدلات بيع النسخ الورقية، هذه المواقع تتيح للصحف إمكانية وضع تقارير فيديوية ضمن أبوابها لتكتسب ميزة طالما انفردت بها محطات التليفزيون تضيفها إلى ميزاتها التقليدية كصحيفة مقروءة، ولكم أن تعرفوا أن صحيفة شهيرة كالواشنطن بوست توظف حالياً ستة صحفيين فيديو ضمن طاقمها.

وصحافة الفيديو دخلت حلبة المنافسة مع التلفزيون من أجل الوصول للقارئ والمشاهد، وتميزت بسرعة الوصول إليه في أي وقت والتفاعل من خلال التعليق على الفيديو كما أن صحافة الفيديو بدأت في العديد من الدول المتقدمة منذ فترة طويلة واستطاعت تحقيق نجاحات كبيرة، حيث تحول الصحفي هناك إلى ما يسمى بالصحفي

التلفزيوني وهو الذي يعنى بحمل كاميرا الفيديو خاصته ويبحث عن الموضوعات التي تهم أكبر قطاع ممكن من الناس ويكشف الخلل ويسلط الضوء على معاناتهم موثقًا ذلك بالصورة التي تغني عن ملايين الكلمات.

ويبين أن هذا النوع من الصحافة يحول الصحفي إلى صحفي شامل يطوع التكنولوجيا لخدمة رسالته الإعلامية، فيقوم بدور المصور وفني الصوت و المونتير وفني الإضاءة بحيث يصبح متعدد المهارات.

وصحافة الفيديو علي الإنترنت بدأت في العديد من الدول المتقدمة منذ فترة طويلة واستطاعت تحقيق نجاحات كبيرة، حيث تحول الصحفي هناك إلى ما يسمى بالصحفي التلفزيوني وهو الذي يعنى بحمل كاميرا الفيديو الخاصة به ويبحث عن الموضوعات التي تهم أكبر قطاع ممكن من الناس من وجهة نظره أو وجهة نظر الجريدة أو الموقع الإلكتروني الذي يعمل في إطاره ويكشف الخلل ويسلط الضوء على معاناتهم موثقًا ذلك بالصورة التي تغني عن ملايين الكلمات.

وفي هذا النوع من الصحافة يتحول الصحفي العادي إلى صحفي شامل يطوع التكنولوجيا الحديثة لخدمة رسالته الإعلامية، فيقوم بدور المصور وفني الصوت والمونتير وفني الإضاءة والمخرج بحيث يصبح متعدد المهارات أو فريق عمل متمثل في شخص واحد وهو صحفي الفيديو.

قبل فترة كنا نتحدث عن الصحافة الإلكترونية ومدى تأثيرها على مستقبل الصحافة المطبوعة، ومع التطور التقني الحديث نتحدث عن تهديد جديد للصحافة المطبوعة التي عليها أن تتنبه لهذا التطور وإلا ستصبح من الماضي وهذا التهديد هو "صحافة الفيديو".

فمثلًا هيئة الإذاعة البريطانية عندما اتجهت لتحويل طواقمها المختصة بالتغطية المحلية إلى صحفيى فيديو، مع نهاية العقد الأول من الالفية الثالثة، كان لديها 84 طاقمًا يغطون المملكة المتحدة، لكن الآن مع قرب العقد الثاني من الالفية الثالثة نجد لديها أكثر من 750 صحفى فيديو مجهزين بكاميراتهم وحواسبهم المحمولة، ويستطيعون تغطية أى حدث وقت حدوثه لصالح الهيئة.

كما اضافت "صحافة الفيديو" التي انتشرت اخيرًا عبر مواقع الإكترونية ميزة جديدة إلى عالم الصحافة والإعلام، وهي مواكبة الحدث لحظة وقوعه في تطور باتت مواقع إلكترونية ومؤسسات إعلامية محلية تسير باتجاهه وترى فيه إعلام المستقبل.

وهو ما يستدعي ضرورة توخي الحذر والدقة والموضوعية والمصداقية والإلتزام بأخلاقيات العمل الصحفي في هذا النوع من الصحافة التي هي نتاج للتطور التكنولوجي، لما لها من تأثير مباشر على متلقي الخبر من الجماهير المتنوعة حول العالم ومن ثم ينبغي أن يتجه هذا النوع من الصحافة إلى البحث في القضايا العامة التي تهم شريحة واسعة من الناس والابتعاد عن الشخصنة في التقاط مشاهد معينة وتكمن أهمية "صحافة الفيديو" أنها تستطيع بقدرتها الوصول إلى جميع المتلقين بغض النظر عن أعمارهم أو مستوياتهم التعليمية فيما قد تصل الصحافة المكتوبة للمتعلمين أو القادرين على القراءة ما يستدعي زيادة الاهتمام من القائمين على هذا النوع من الصحافة.

ومن المهم أن تتحلى المؤسسة الإعلامية التي تبث "صحافة الفيديو" بالمسؤولية والحس الوطني قبل بث أي مشهد بأمانة وموضوعية بعيدًا عن التضليل والتزييف ولا بد من خضوعه كذلك للتدقيق ومعرفة آثاره بعد بثه، وهل بث اصلًا لمصلحة شخصية أو ضمن قضايا عامة تهم المواطنين.

ومع التطور التقني أصبحت الصورة الإلكترونية (صحافة الفيديو) أكثر قدرة في التأثير على متلقي الخبر وأكثر جذبًا له، وبالتالي فإن المستقبل هو لصحافة الفيديو.

بيد أنه وللأسف هذا النوع من الصحافة يترك القارىء اسيرًا لوجهة نظر واحدة وهي مصدر الصورة فقط! ولكنها تستحوذ علي اهتمام أعداد كبيرة من المشاهدين والمتابعين حول العالم جعلت شركة جوجل العالمية توفر حساب يسمي "جوجل ادسنس" لإمكانية مالك الحساب أو القناة التي تعرض الصحافة الإلكترونية من نشر إعلاناته مقابل أموال يدفعها جوجل لمالك الحساب عبر الوسائل المختلفة وحساب عدد المشاهدات والإشتراكات لموضوعات القناة وصحافة الفيديو بها!.

وهناك إعلاما مختلفًا ومتنوعًا وبه جزء كبير من الحقيقة، يصل إلى الناس بسرعة، وبمجرد وقوع الحدث، حتى لو كانت أجهزة الحكومة المختلفة، لم تصل بعد إلى الحقيقة، أو وصلت إلى أجزاء منها، ولم تعلنها رسميًا للناس. فالمستقبل هو لصحافة الفيديو في ظل الفضاء الإعلامي المفتوح وسط الصحافة الإلكترونية التي تعتمد نقل الخبر لحظة حدوثه.

وخلال هذا الكتاب سوف نتناول صحافة الفيديو فيما يتعلق بتاريخها وتقنياتها وآلياتها واشكالياتها ومن خلال استعراض مفهوم صحافة الفيديو وتاريخ نشأتها وأهميتها و وتقنيات ومراحل إعداد صحافة الفيديو من تصوير وإضاءة وتصوير وزوايا ولقطات واليات فريق العمل بها ومميزاتها واخطائها الشائعة ومستقبل هذا النوع من الصحافة في ظل انتشار وشيوع وسائل التواصل الاجتماعي من الفيسبوك والتويتر واليوتيوب والواتس اب والماسنجر وأكثر مواقع اليوتيب مشاهدة والإعلانات من اليوتيوب وكيف اقوم بعمل قناة علي اليوتيوب وغيرها من الجوانب الهامة في هذا الكتاب.. وادعوا الله القدير عز وجل أن يجعل في هذا العمل افادة لطلاب العلم والمتخصصين في الإعلام والقراء من الجمهور عامة وكما أدعو الله أن يجعله في ميزان حسناتنا جميعًا يوم القيامة.

المؤلف،،

د. فتحي حسين عامر

الفصل الأول

مفهوم صحافة الفيديو ونشأتها

تمهيد:

يعتبر مصطلح صحافة الفيديو مفهوم مراوغ لا يوجد اتفاق حوله بين الباحثين والممارسين، فقد اختلفوا حول معناه وحدوده ومكوناته، والإشكاليات التي يثيرها، ومع ذلك انتشر على نطاق واسع وأصبح حقيقة يومية يستخدمها الجمهور والصحف الكبرى وقنوات التلفزة ومتخذو القرار، ويخشون تأثيراتها ويحاولون الاستفادة منها كل بطريقته.

تنوعت تعريفات صحافة الفيديو بين العديد من الخبراء والباحثين فقد عرفت إيناس محمود صحافة الفيديو بأنها صحافة يتم بثها من خلال تقنيات الاتصال الحديثة لمواقع الإنترنت والمواقع الاخبارية الإلكترونية، وقد يجمع صحفي الفيديو من منطلق الممارسة العملية بين المصور والمحرر والمراسل مما يساعد علي مبدأ الاكتفاء الذاتي في بث الأخبار والتقارير حول موضوعية بعينها[1].

ويعرف حسانين شفيق صحافة الفيديو بأنها أحد أشكال الصحافة يقوم من خلالها الصحفيون بتصوير وتحرير وتقديم مواد الفيديو التي يصورونها[2].

ويعرف أحمد صلاح الدين صحافة الفيديو بأنها الصحافة التليفزيونية عندما يصبح فريق العمل التليفزيوني المكون من حوالي ثمانية أو تسعة أفراد شخصًا واحد يقوم بالتصوير والمونتاج والكتابة والتعليق الصوتي ثم احيانا إضافة الترجمة على التقرير وبثه عن طريق تقنيات الاتصال الحديثة إلى محطات التليفزيون أو مواقع الإنترنت والصحف الإلكترونية[3].

ويعرف أحمد إبراهيم عطية صحفي الفيديو بأنه الشخص الذي تتوافر لديه ملكة التكامل والاتحاد في الشخصية إضافة إلي نشاطه الصحفي الذي يمارسه وذلك أن يكون هو المعد والمصور ولديه مهارة في الأعمال الفنية للكاميرا والتكنولوجيا الحديثة ويقوم هو بالمقابلة والإنتاج والتحرير، فصحفي الفيديو تقع عليه مسئولية إنتاج كامل القصة وفق تكنولوجيا مثالية فهو يجمع بين شخصيته الصحفية وبين كونه مراسل فيديو[4].

وتعرف مري بوك صحافة الفيديو بأنها ممارسة وانتاج أخبار الفيديو التي تتم من قبل شخص واحد يتكفل بكتابة وتحرير القصة الاخبارية باستخدام التكنولوجيا الرقمية ونشرها عبر الإذاعة والإنترنت علي نطاق واسع[5].

كما عرفت سارة شميث صحافة الفيديو بأنها أحد أنواع "صحافة البث" حيث يقوم الصحفي بإعداد وتصوير ومونتاج المادة الخاصة به، وظهرت سابقة لصحافة الفيديو في الستينات من القرن العشرين في أمريكا حيث كان المحررون يقومون بكتابة وتصوير القصص الصحفية الخاصة بهم. وقد قارن مايكل روزينيلوم بين ظهور كاميرات الفيديو مع اختراع الكاميرا المحمولة في الثلاثينات من القرن العشرين[6].

كما تطلق الأوساط الإعلامية مصطلح صحافة الفيديو مجازًا علي كل مقاطع الفيديو على اعتبار أنها تتناول الأحداث الجارية واهتمامات الجمهور ولكن ليس كل مقطع يتم تصنيفه مهنيًا باعتباره صحافة فيديو فهناك التدوين بالفيديو وهناك الصحافة الشعبية أو صحافة المواطن والفارق بينهما وبين صحافة الفيديو يرجع إلى التزامها بأعلى درجات المهنية والحرفية[7].

وصحافة الفيديو هي ممارسة إنتاج الأخبار بالفيديو عندما يقوم شخص واحد بالتقاط وكتابة وتعديل القصص الإخبارية مستخدمًا التقنيات الرقمية، ليقوم بنشرها فيما بعد عبر شبكة الإنترنت.

وصحافة الفيديو - من وجهة نظري- كمفهوم هي الصحافة التي يقوم علي إعدادها وتحريرها وتنفيذها وترجمتها وضبط المونتاج والإضاءة والصوت الخاص بها علي الإنترنت باستخدام الوسائل الرقمية، شخص واحد سواء كان صحفي أو شخص عادي.

نشأة صحافة الفيديو وتطورها:

بدأت صحافة الفيديو عالميًا في الستينيات من القرن العشرين، عندما كان مجموعة من صحفيي الفيديو في الولايات المتحدة الأمريكية يقومون بعمل قصصهم كاملة بأنفسهم دون مساعدة أحد، وفي تسعينيات القرن الماضي كانت قناة "نيويورك الأولى" أول قناة تقوم بتعيين صحفيين فيديو فقط، للقيام بأعمال صحافة الفيديو.

وفي منتصف التسعينيات، تبعت المحطات الخاصة في ألمانيا نفس نمط قناة نيويورك الأولى، وفي عام 1994، أصبحت القناة الإقليمية "بايريشر روندفنك"، أول محطة بث عامة تتبع نفس المنهجية وتقوم بتعيين مجموعة من صحفيي الفيديو.

أشهر صحفي فيديو في العالم:

يعد "**مايكل روزنبلوم**" من أشهر الصحفيين في هذا المجال والذي كان أحد أسباب ظهور هذا النوع من الصحافة التليفزيونة، "مايكل روزنبلوم" الذي دفع بالكثيرين لاحتراف صحافة الفيديو، كما اعتمدت عليه منظمات تليفزيونية عريقة مثل مؤسسة الإذاعة البريطانية لتدريب طواقمها للعمل بهذا الأسلوب.

ويعد "**روزنبلوم**" أحد أوائل مؤسسي هذا النوع من الصحافة، وهو من بنى الغرفة لإدارة الأخبار المحلية مستخدماً صحافة الفيديو في قناة نيويورك الأولى، وقام بتدريب صحافة الفيديو في صوت أمريكا، نيويورك تايمز، وبى بى سى، والتليفزيون الألماني.

وكانت البداية عندما قام بتجربة تلك الكاميرا في تغطية بعض الأحداث في قطاع غزة، في تسعينيات القرن الماضي، ولم تكن لتغامر أي قناة بعرض تلك المشاهد - قليلة الجودة - على شاشاتها، إلا أن الأراضي المحتلة، وكان روزنبلوم هو فقط من يمتلك لقطات منها، فباعها بآلاف الدولارات.

كما يعد "**بيل جنيتلى**"، صحفى مستقل، وأستاذ بالجامعة الأمريكية في واشنطن، أحد رواد هذا المجال وعمل في المجال لمدة ثلاثون عاماً، ويمتلك الموقع الخاص به للتدريب على صحافة الفيديو، والذي حمل كاميرته وخاض تجاربه في العراق وأفغانستان والقطب الشمالي.

وبدأ جنتيلى العمل في هذا النوع من الصحافة عام 1977، ولم يكن لديه سوى كاميرات أبيض وأسود، وفى روايته عن طريقة عمله، قال إنه كان عليه أن يحمل غرفة مظلمة بكل ما تحمله الكلمة من معنى، وخاصة عندما يؤدى مهامه خارج البلاد، حيث كان عليه صناعة الصور المطبوعة والأفلام، واستخدام خطوط الهاتف لنقل المواد لنيويورك، وذلك خلال تغطيته التمرد في نيكاراجوا وأمريكا الوسطى، عندما كان يعمل لصالح "يونايتد برس إنترناشونال". كما ابتكر بيل جنتيلى، برنامج تدريب على مشروع صحافة الفيديو بالجامعة التي يقوم التدريس بها.

وفي عام 2001، بدأت "بي بي سي" في الانتقال إلى صحافة الفيديو في كل مكاتبها الإقليمية، ومنذ يونيو 2005، تم تدريب 600 فرد من الموظفين ليكونوا صحفين فيديو فقط.

كما يبدو أنه أصبح انتشارًا كذلك بين الصحف، حيث توظف نيويورك تايمز وحدها 12 صحفي فيديو، وتدعم جمعية الصحافة (المملكة المتحدة) برنامجًا تدريبيًا "يحول" الصحفيين الإقليميين إلى صحفيي فيديو، وقد تم تحويل أكثر من 100 صحفي منهم منذ مارس 2007[8].

في عام 2001 بدأت قناة البي بي سي في الانتقال إلي صحافة الفيديو في كل مكاتبها الإقليمية تقريبًا وفي عام 2005 تم تدريب أكثر من 600 فرد من الموظفين المدربين ليكونوا صحفي فيديو وتمتلك كيانات البث الأخرى التي تستخدم صحافة الفيديو مثل صوت أمريكا وفيديو نيوز انترناشونال.

كما توظف صحيفة النيويورك تايمز وحدها 12 صحفي فيديو وتدعم جمعية الصحافة (المملكة المتحدة) برنامجًا تدريبيًا يحول الصحفيين الإقليميين إلى صحفي فيديو وقد تم تحويل أكثر من 100 صحفي منذ شهر مارس من عام 2007[9].

كما أن جميع الشواهد الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام تؤكد علي أن المستقبل الأهم والأكثر تأثيرًا في الاتصال بين الناس هو "صحافة الفيديو" علي الإنترنت في ظل الفضاء الإعلامي المفتوح وسط الصحافة الإلكترونية التي تعتمد نقل الخبر لحظة حدوثه.

التطورات الرقمية التي خلقتها ثورة الإنترنت قد انتجت كاميرات رقمية ذات جودة عالية، توفر سهولة كبيرة في الاستخدام لدرجة أن مستخدمي هذه الكاميرات لم يعد يؤرقهم المسائل الهندسية كضبط الاضاءة والحدة بقدر ما يشغله المحتوي. بالاضافة إلى الكاميرات الحديثة المتطورة ظهر أيضًا المونتاج اللاخطي وتطورات الحاسب الآلي وأجهزته حتي اصبح في الامكان بسهولة فائقة عمل المونتاج وتصحيح أي عيوب بالصورة وعمل مكساج الصوت، كل هذا علي جهاز الكمبيوتر الشخصي المحمول(10).

ومن ناحية أخرى كانت غرفة المونتاج التقليدية تكلف مليون جنيه فأكثر أو أقل قليلًا، فقد تغير كل هذا في كمبيوتر محمول وكاميرا صغيرة يمكن حملها إلى أي موقع للتصوير والمونتاج في مكان أو موقع الحدث أو الحادثة ثم تأتي بعد ذلك دور بث المادة الإعلامية إلى أي مكان في العالم عن طريق الإنترنت(11).

كما أن الإنترنت وتطوره وسرعته الحالية الفائقة والتي تزيد يومًا بعد يوم إضافة لتطور برامج ضغط الفيديو التي انتهت لتصغير حجم الملفات بشكل ملحوظ مع الحفاظ علي الجودة العالية للصورة والصوت، كل هذا اضاف من أهمية صحافة الفيديو اليوم والتي اصبحت مهمة للغاية ليس للتليفزيون فحسب ومحطاته وإنما لمواقع الإنترنت والصحف التي سارعت بإصدار نسخ الإكترونية تزيد حاليًا معدلات قراءتها عن معدلات بيع النسخ الورقية بمراحل عديدة وكبيرة فربما فيديو واحد يشاهده 50 مليون مواطن خلال اسبوع بينما لا تتجاوز بيع جميع الصحف المصرية 300 الف نسخة خلال المدة نفسها! بل والتعليق علي هذه الأخبار وتبادل الآراء من خلال المجموعات الاخبارية "يوزنت"(12).

صحفي الفيديو يتوقع منه تأدية واجبات ثلاثة أشخاص أو أكثر هدفهم العمل على إعداد التقارير أو التحقيقات فمنهم المصور والمعد والمحاور والمحرر ويجب علي صحفي

الفيديو أن يمتلك كل هذه المهارات أي أن صحفي الفيديو هو ذلك الصحفي الشامل المتعدد المهارات الذي يستطيع انجاز ما سينجزه فريق تليفزيوني بأكمله.

هناك العديد من مشاهير صحافة الفيديو حول العالم ومنهم:

- **كيفين سايتس:** وهو الاشهر من بين من يمتلكون مواقع الويب الخاصة بهم في المنطقة الساخنة التي قضي بها عاما من خلال الانتقال من حرب الي اخري وقد بدأ حياته كمصور تقليدي إلا أنه انتقل إلى صحافة الفيديو، كما تم تأسيس ستوري هانتر في عام 2011 كشبكة عالمية لصحفي الفيديو.

- **تارا ساتون:** هي صحفية فيديو قامت بالعمل مع العديد من المنافذ الاخبارية من العراق ومناطق الصراعات الاخري، وقد حازت علي العديد من الجوائز الدولية وقد قالت أن المعدات الصغيرة الخاصة بصحفي الفيديو تسمح لها بالتحرك وهي متخفية بشكل أكثر سهولة في المخاطر الشديدة الموجودة في العراق والوصول إلي الاماكن التي لا يمكن أن تصل إليها طواقم الأخبار التقليدية دون أن تصبح مستهدفة[13].

- **ساسا بتريسيك:** هو صحفي الفيديو الذي حاز علي العديد من الجوائز ويعمل في نشرة الأخبار اليومية في سي بي سي ذا ناشونال ويقوم بعمل المراسلات منفردًا من مختلف أنحاء العالم[14].

كما أكدت العديد من المصادر التاريخية أن هناك سابقة لصحافة الفيديو قد ظهرت في الستينيات من القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية علي وجه التحديد، حيث كان المحررون يقومون بكتابة وتصوير القصص الصحفية الخاصة بهم ثم يرسلونها إلى صحفهم أو تليفزيوناتهم ووسائل إعلامهم[15].

ويعتبر الصحفى التليفزيونى ميشيل روزنبلوم الرائد والمعلم الذى دفع بالكثيرين لاحتراف صحافة الفيديو، كما اعتمدت عليه منظمات تليفزيونية عريقة مثل مؤسسة الإذاعة البريطانية لتدريب طواقمها للعمل بهذا الأسلوب.

كانت بداية روزنبلوم أثناء تغطيته لبعض الأحداث المهمة فى قطاع غزة في بدايات الالفية الثالثة وكان معه حينها طاقم تليفزيونى تقليدى، كما كان بحوزته كاميرا فيديو

من النوع المنزلى المنتشر حينها في الأسواق، وبكاميرته تلك حاول أن يصور كل شيء صادفه دون أن يخطر بباله أن ما يقوم به سيكون ذا أهمية كبيرة، فحينها ما كان يمكن اعتباره مصوراً محترفاً والكاميرا التى يستخدمها لا تزيد عن وسيلة للهواة لتصوير المناسبات العائلية بجودة محدودة، وما كانت محطة تليفزيونية لتغامر بإذاعة مثل هذه اللقطات، لكن المصادفة أن توتر الصراع فى الأراضى المحتلة كان على أشده، والمادة المصورة التى عاد بها إلى أمريكا كانت مطلوبة بشدة بصرف النظر عن الجودة، ومن هنا بيعت بآلاف مؤلفة من الدولارات. كانت تلك مفاجأة له جعلته يعيد حساباته وجعلت كاميراته لا تفارقه أبداً فى جميع التغطيات[16].

لكن حتى هذه اللحظة لم تكن ثورة الفيديو الحقيقية ظهرت بعد واحتاج الأمر لعدة سنوات حتى أواخر القرن العشرين وبدايات القرن التالى، حيث انتشرت تقنيات الفيديو الرقمى وأصبحت متاحة للجميع وسهلة الاستخدام بدءاً من التصوير، حتى البث إلى أرجاء العالم فى زمن قياسى.

وهناك من يرى أن صحافة الفيديو بدأ التعرف عليها عندما نقلت تفجيرات لندن في يوليو 2005 الصحافة والإعلام إلى عالم جديد، حيث لم يستطع الصحفيون الوصول إلى صورة الأحداث في المترو تحت الأرض وفوقها، لكن المواطنين كانوا أسرع إذ رصدت كاميرات الجوال مئات الصور ومقاطع الفيديو التي التقطت من أناس ليسوا محترفي تصوير أو صحفيين. وأمام شح الصورة الاحترافية اضطرت وسائل الإعلام والصحف بشتى أنواعها أن تتعامل مع صورة المواطن ومعلوماته الأولية لننتقل إلى عصر "صحافة المواطن".

اضطرت وسائل الإعلام البريطانية لاستخدام الصور التي التقطتها عدسات مواطنين عاديين خلا تفجيرات لندن 2005.

انتبهت قناة الـ"بي بي سي" إلى هذا التغير فاتجهت إلى صحافة الجماهير وبدأت تفعيل البرامج التي تدعم مشاركة الجماهير للفيديوهات التي يشاركونها مع أصحابهم لتكون القناة وجهتهم الجديدة.

وأتاح انتقال العالم من الشبكة العنكبوتية الأولى إلى الشبكة العنكبوتية، أي انتقال الجمهور من مستقبلين إلى مرسلين؛ كماً هائلاً من المعرفة والفيديو، تاه معه الجمهور نفسه، في تفضيلات الانتقاء بين مقاطع الفيديو.

بحثت كثيراً للوصول إلى أسباب تفضيل الناس للفيديو على النص، والفيديو الصغير على حساب الكبير، ولماذا الوقت هو العامل الأكثر أهمية للجمهور، وليس الجودة والوضوح ولا المحتوى[17].

ومن جانب آخر فإن ظهور مصطلح "الفيديو" لم يتربط بظهور الإنترنت، بل انه كان يستخدم علي نطاق واسع من قبل، لكنه كان مقتصرًا علي مواد بعينها، فهناك أفلام الفيديو وهي عبارة عن سلسلة من الصور المتتالية الثابتة وهي تعرض بسرعة كافية لايحاء العين البشرية بانها صور متحركة[18]. حيث اطلق مصطلح الفيديو علي مسجلات كانت تستخدم لتسجيل الافلام والبرامج المتنوعة من التليفزيون وقد تزايد الاقبال علي هذه المسجلات في مصر في ثمانينيات القرن الماضي. وقد احدثت آنذاك ضجة كبيرة بسبب حرية المشاهدة في اختيار المادة بالاضافة الي وفرة الاشرطة وسهولة التسجيل عليها وقد اثر الفيديو في هذا التوقيت علي مشاهدي البث التليفزيوني واستطاع استقطاب اعداد كبيرة من مشاهدي التليفزيون واثر علي رواد السينما وبعد ظهور الإنترنت اصبح مصطلح الفيديو يطلق علي اي مقطع تزيد مدته عن ثانية واحدة[19].

وكانت بداية تدفق مقاطع الفيديو علي الإنترنت في مطلع تسعينات القرن الماضي ولم يكن في البداية عقب ظهور الإنترنت من السهل وضع ملفات الفيديو علي الشبكة مباشرة لان حجم الملفات كان كبيرا ويتكلب آنذاك تكنولوجيا متقدمة مثل الالياف الضوئية والموجات الدقيقة والاقمار الصناعية. وكانت اغلب المواد المصورة كان لها طابع ترويجي ودعائي، فمثلا برامج التليفزيون كانت تضع اعلانا لفيلم ما وبعض الشبكات الإعلامية كانت تنشر مقاطع لنشرات الاخبار وتقوم بتحميلها علي الموقع الخاص بها حتي يتمكن المشاهدون من مشاهدتها في الوقت الذي يفضلونه[20].

ويرجع أساس صحافة الفيديو إلي الصور الفوتوغرافية والأفلام التسجيلية والأخبار التليفزيونية، فكل هذه الاشكال تتشابك وتؤثر في بعضها البعض، ويكون الصحفي فيها جزءًا من الحدث بحيث يتفاعل مع البيئة الواقعية[21].

ومع ثورة الإنترنت والتفاعلية التي ليس لها حدود نجد انفسنا الآن أمام عدد لا حصر له من الفيديوهات ومقاطع الأخبار المصورة في كافة المجالات حول العالم بواسطة صحفيين وحترفين وهواة أيضًا وهذه المقاطع سهل الوصول إليها وتحميلها والرجوع إليه في كل وقت لأنها اصبحت لها أرشيف كبير.

ثورة الفيديو الحقيقية لم تظهر بقوة إلا في أواخر القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين بعد انتشار تقنيات الفيديو الرقمي وأصبحت متاحة للجميع وسهلة الاستخدام بدء من التصوير وحتي البث إلى ارجاء العالم في زمن قياسي.

حيث تعد صحافة الفيديو أحد أنواع "صحافة البث" التي يقوم فيها الصحفي بأعداد وتصوير ومونتاج المادة الخاصة به، وظهرت سابقة لصحافة الفيديو في الستينيات من القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية عندما كان المحررون يقومون بكتابة وتصوير القصص الصحفية الخاصة بهم. وقد اطلق مصطلح الفيديو علي مسجلات كانت تستخدم لتسجيل الافلام والبرامج المتنوعة من التليفزيون، وقد تزايد الاقبال على هذه المسجلات فيمصر فيثمانينات القرن الماضي، عندما احدثت ضجة كبيرة بسبب حرية المشاهدة في اختيار المادة بالاضافة الي وفرة الاشرطة وسهولة التسجيل عليها، وقد أثر الفيديو في هذا التوقيت على مشاهدي البث التليفزيوني واستطاع استقطاب أعداد كبيرة من مشاهدي التليفزيون وأثر على رواد السينما. وعندما ظهر الإنترنت أصبح مصطلح الفيديو يطلق على أي مقطع تزيد مدته عن ثانية واحدة[22].

وفي منتصف الثمانينات من القرن العشرين بالتحديد في عام 1986 أنتجت شركة "سوني" اليابانية كاميرا صغيرة تسمي اتش أي 8 وهي كاميرا بسيطة ومحمولة وسهلة الاستخدام وبها ميكرفون صغير، إلا أن شركة سوني نفسها لم تكن تعلم أن هذه الكاميرا ستستخدمها الصحف وجامعي الأخبار فيما بعد في المؤسسات المختلفة[23]. وقد اطلق مايكل روسينبلوم في أواخر الثمانينيات من القرن العشرين مصطلح صحافة الفيديو علي المنهج الذي قام بتدريسه في جامعة كولومبيا عندما قام بانشاء شبكة أخبار دولية قصيرة المدي استخدم فيها تقنيات صحافة الفيديو واطلق عليها "أخبار الفيديو الدولة". وفي عام 2001 بدأت الـ "بي بي سي" في الانتقال إلى صحافة الفيديو في كل مكاتبها الاقليمية ومنذ يونيو 2005 تم

تدريب 600 فرد من الموظفين في "بي بي سي" ليكونوا صحفي الفيديو. وفي الوقت الحالي أصبح من الصعب أن نجد منظمة إعلامية لا تقوم بتبني بعض من نماذج وأنماط صحافة الفيديو. وانتشرت صحافة الفيديو على موقع اليوتيوب بعد ذلك واصبحت تستخدمه الصحف والمواقع الإلكترونية كمنصة لبث ملفات الفيديو الخاصة بها[24].

لذلك يمكن القول بأن صحافة الفيديو وثورة اليوتيوب، والهواتف المحمولة التى جعلت من أصغر مواطن صحفيًا محترفًا فى أى لحظة. أى مواطن يركب ميكروباص أو أتوبيس نقل عام، أو حتى كان يسير على قدميه، يمكنه أن يفتح كاميرا تليفونه المحمول العادى جدًا. ويقوم بتصوير أى حدث أمامه، وبعدها يضع الفيديو الذى صوره على صفحته على الفيسبوك أو تويتر أو يوتيوب.

يمكن لهذا المواطن البسيط أن يجد نفسه يملك كنزًا كبيرًا، لو أن ما صوره تصادف أنه حدث مهم. رأينا قبل أيام شخصًا صور المسلح الذى أطلق النيران عشوائيًا خلف محطة السكة الحديد فى أحمد حلمي، ورأينا فى مرات كثيرة كاميرات الشوارع الثابتة تلعب دور البطولة فى أحداث جسام. هذه الكاميرا كانت العامل الرئيسى فى تعريفنا بالإرهابى الذى فجر نفسه قبل شهور فى الغورية بالحسين، وهى التي راقبت تحركاته من ميدان الجيزة، حتى منزله، وهى التي فضحت العديد من الإرهابيين الذين فجروا كنائس فى الأعوام الأخيرة. كما أنها عرت العديد من البطولات الزائفة، لأنها تقدم لنا الصورة كاملة من دون محاولات التجميل والتزييف[25].

مراجع الفصل الأول

(1) إيناس محمود حامد، **أطر معالجة صحافة الفيديو لموضوعات الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة في المواقع الاخبارية الإلكترونية**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والخمسون – يوليو – سبتمبر 2015.

(2) حسنين شفيق، **أساسيات وتقنيات صحافة الفيديو**، القاهرة، دار الفكر وفن للطباعة، 2014.

(3) أحمد صلاح الدين، **طور مستقبلك الإعلامي – اتعلم صحافة الفيديو**، اليوم السابع، القاهرة، 29-10-2009.

(4) أحمد إبراهيم محمد عطية عبد الله، **أولويات القضايا المقدمة في صحافة الفيديو وعلاقتها بترتيب أولويات الجمهور**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة 2017.

(5) bock.mary angela."one man band. The process and product of video journalism " ph.D. (University of Pennsylvania.، communication and the arts education،college، 2006.

(6) sarah Schmidt،videojournalistm us in Deutschland in jahr2010- status quo and zukunftsaublick.unvreoffentlicgt mas aubenstelle koln: fachhocschule des mmiltelstands،fachbereich medienkommunkation & journalismus،2010.

(7) إيمان الغريب، **محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو علي بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها علي مواقع التواصل الاجتماعي : دراسة في أخلاقيات النشر وخطاب تعليقات الجمهور**، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018، ص 66.

(8) ديفيد ونكلي وأحمد منتصر، **مرجع سابق** ص 7.

(9) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق** 59.

(10) حسنين شفيق، أساسيات وتقنيات صحافة الفيديو، **مرجع سابق** ص 31.

(11) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق**، ص 61.

(12) محمود علم الدين ومحمد تيمور، **الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال**، العربي للنشر والتوزيع، 2008، ص 34.

(13) ديفيد ونكلي وأحمد منتصر، **مرجع سابق** ص9.

(14) ديفيد ونكلي وأحمد منتصر، **مرجع سابق** ص 12.

(15) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق** ص 54.

(16) أحمد إبراهيم، **مرجع سابق** ص 77.

(17) Roman Mischel: Definition، Geschichte und Gegenwart, onlinejournalismus.de, 9. Februar 2005 (21. November 2006).

(18) مني عبد الباسط، **تقسيم لقطات الفيديو**، ماجستير، غير منشور جامعة القاهرة : كلية الحاسبات والمعلومات، قسم تكنولوجيا المعلومات، 2000.

(19) نرجس حلمي ببلاوي، **استخدام الفيديو في التنمية الزراعية : دراسة نظرية وتجريبية عن دور الفيديو في توعية المزارعين المصريين**، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الاذاعة والتليفزيون، 1992 ص 42.

(20) L Ynne Schafer Gross،"Elcronic Media : An Introducion"Cram 101 Texbook Reviews.10 Th Edition.2009 P 32.

نقلًا عن إيمان محمد الغريب، محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو علي بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها علي مواقع التواصل الاجتماعي : **مرجع سابق** ص 70.

(21) Mary Angela Bock، One Band : The process and product of video journalism،UMI dissertation publishing 2009،p5.

(22) مني عبد الباسط، **مرجع سابق** ص 33.

(23) vivien Morgan،"practicing video jouenalism".Routledge London and Newyork،2008،p3.

(24) إيمان الغريب، **مرجع سابق**، ص 64 و65.

(25) عماد الدين حسين، **صحافة الفيديو.. والدروس المستفادة**، مقال منشور في جريدة الشروق 7 أغسطس 2019.

الفصل الثاني

سمات صحافة الفيديو وأهميتها

تمهيد:

بعد التقدم الهائل في المجال التقني ومجال الصحافة وتطور أدوات العمل الصحفي ظهرت وظيفة جديدة هى وظيفة "صحفي الفيديو" وهو صحفي مسؤل عن نقل الأخبار والتقارير الصحفية بصورة مرئية ومسموعة مما يتطلب العمل بهذه الوظيفة متطلبات خاصة وصحفي مبدع، كما أن أغلب القنوات العالمية بدأت الآن وظيفة جديدة تُسمى ب "وان مان كرو" أى أن صحفي الفيديو ينتج العمل بنفسة من مرحلة التفكير مروراً بالتصوير والمنتاج إلى إنتاج العمل بالكامل فهذا المجال هو بمثابة مستقبل الميديا.

فرضت تكنولوجيا الاتصال الحديثة واقع إعلامي جديد بتوفير وسائل نشر بديلة تتمتع بدرجة عالية من الحرية وسهولة الاستخدام وانخفاض الكلفة وذلك للتخلص من سيطرة النخب الإعلامية لي وسائل الإعلام التقليدية في المجتمع وغياب المصداقية في وسائل الإعلام التقليدية[1].

سمات صحافة الفيديو:

يكون الصحفى هو المسئول عن الفكرة وحده ولا يكون معه فريق عمل مثل القنوات التليفزونية.

تقليل تكلفة إنتاج الأفلام الوثائقية والتسجيلية بسبب استخدام معدات أقل وعدد أفراد أقل ولكن قد يؤثر ذلك على المنتج النهائى بسبب عدم التنوع.

سهولة التنقل والتخفى والوصول إلى المناطق العسكرية الصعبة والمناطق التى يصعب وصول مجموعة من الأفراد إليها.

وتتميز صحافة الفيديو بقدرتها على الوصول إلى جميع المتلقين بغض النظر عن أعمارهم أو مستوياتهم التعليمية فيما قد تصل الصحافة المكتوبة للمتعلمين أو القادرين على القراءة ما يستدعي زيادة الاهتمام من القائمين على هذا النوع من الصحافة.

كما اعتمد الرئيس الأمريكي الأسبق باراك اوباما في سباقه الرئاسي والانتخابات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وعندما سجل أول رسالة فيديو موجهه إلي الشعب الإيراني وقادته بمناسبة رأس السنة الفارسية وبثها على النت من بوابة موقع اليوتيوب الإلكتروني[2].

ما اضفت صحافة الفيديو ميزة هامة وهي مواكبة الحدث لحظة وقوعه في تطور باتت مواقع إلكترونية ومؤسسات إعلامية محلية تسير في اتجاهه وتري فيه إعلام المستقبل، حيث يعتبر من أحد المكونات الأساسية للعديد من المؤسسات الصحفية ومواقع الوسائط المتعددة، فحتي وقت قريب كان يتم عرض الفيديو تليفزيونيًا ومع مرور الوقت أصبح هناك منافسة بين المؤسسات الصحفية والمؤسسات الإخبارية التليفزيونية أدت إلى استجابة الصحافة المطبوعة والإلكترونية لتحديات الفيديو.

لذا فإن صحافة الفيديو تعد بمثابة ممارسة وإنتاج أخبار الفيديو من قبل شخص واحد يتكفل بكتابة وتحرير القصة الإخبارية باستخدام التكنولوجيا الرقمية ونشرها على نطاق واسع عبر الإنترنت.

وينظر إلى صحافة الفيديو باعتبارها نقلة أبعد من تصوير الأخبار للتليفزيون، فهي بمثابة إنتاج الأخبار المصورة بواسطة فرد يكتب ويحرر ويصور القصص الخبرية باستخدام التقنيات الرقمية وبثها علي نطاق واسع عبر النت[3].

وتعد صحافة الفيديو نقلة أبعد من تصوير الفيديو في الأخبار التليفزيونية فهي خطوة أخرى تتجاوز أساليب التخطيط التي اعتادها التليفزيون منذ ظهوره، فهي تمثل تليفزيون الجيل القادم وهي أن تسرد القصة الاخبارية الصحفية دون الالتزام بقيود الأخبار التقليدية[4].

كما أن صحافة الفيديو لا تتطلب الكثير من المهارات حتى يستطيع الصحفي امتلاكها والتعامل معها،إذ ثبت أن الصحفي القادر على التحرير هو الأقدر على التعامل مع التطورات المهنية كما أن الصحافة الورقية ليس لديها الكثير من الوقت للاستعداد لهذا النوع من الصحافة الجديد التي اضحت تنتشر سريعًا.

وهو ما يفرض على الصحفي أن يتسم بالحيادية والنزاهة وأخلاقيات العمل الصحفي، وصحافة الفيديو جزء أساسي من الصحافة التي تتطلب الحرص الأكبر لجهة الالتزام بأخلاقيات المهنة لأن الإنسان بطبيعته يتأثر بالصورة أكثر من الحرف المكتوب.

وتتميز صحافة الفيديو بقدرتها على الوصول إلى جميع المتلقين بغض النظر عن أعمارهم أو مستوياتهم التعليمية فيما قد تصل الصحافة المكتوبة للمتعلمين أو القادرين على القراءة ما يستدعي زيادة الاهتمام من القائمين على هذا النوع من الصحافة[5].

كما أن صحافة الفيديو توظف عددًا أكبر من الحواس مقارنة بالصحافة المطبوعة، ففي صحافة الفيديو يشاهد المتلقي ويسمع بينما في الصحافة المطبوعة والمواقع الإلكترونية يقرأ ويرى صورة ثابتة فحسب.

وانتشر هذا النوع الصحفي بكثرة في وسائل الإعلام وهو ما ساعد تقليل تكلفة إنتاج القصص بسبب استخدام معدات أقل وعدد أفراد أقل، إضافة لسهولة التنقل والتخفي والوصول إلى المناطق الصعبة التي يصعب وصول مجموعة من الأفراد إليها. فعلى الصعيد المادي، تواجه غالبية المؤسّسات الإعلامية الكبرى تحدّيات ماليّة في السنوات الأخيرة، دفعتها إلى خفض نفقاتها قدر الإمكان. ومن الواضح أنّ وجود شخص يستطيع بمفرده صنع قصة مصورة يوفر على المؤسّسة المال اللازم لفريق عمل كامل!.

وعلى الصعيد المهني، يتمتع صحفيو الفيديو بمرونة وسرعة في الحركة، الأمر الذي يساعدهم في إنجاز تغطيتهم وتقاريرهم في وقت أقصر وبتكلفة أقل. وفي حالات كثيرة، يناسب النموذج أوضاعاً يتعامل فيها الإعلام مع مناطق نزاع قلاقل وحروب وغيرها.

وتعتمد صحافة الفيديو على إيصال الرسالة من خلال الصورة والكتابة، لذلك يجب أن تكون الجمل بخط واضح وجمل قصيرة، يمكن استخدام المؤثرات الصوتية حتى تكسر الملل خلال فترة عرض الفيديو ومن المناسب اختيار موسيقى ومؤثرات صوتية مناسبة لقضية الفيديو، كذلك من المهم أن يكون صناعة الفيديو وإنتاجه ملائمًا للحدث.

فكرة أن يكون لديك استراتيجية لإنتاج المحتوى قائمة على معرفتك العميقة والحقيقية بأهدافك ورسالتك وقيمك وجمهورك والسوق الذي تعمل به كناشر، تبدو كفكرة رومانسية في واقع الصحافة الإلكترونية في مصر، وإنتاج محتوى فيديو ناجح وجذاب لن يحدث بشكل متكرر وبه إضافة للمهنة والجمهور إلا بالاجتهاد في الإجابة عن هذه الأسئلة وغيرها، ووضع استراتيجية لمحتوى الفيديو وغيره على أساسها[6].

مهارات ينبغي توافرها في صحفي الفيديو:

بعد التقدم الهائل في المجال التقني ومجال الصحافة وتطور أدوات العمل الصحفي ظهرت وظيفة جديدة هى وظيفة "صحفي الفيديو" وهو صحفي مسؤل عن نقل الأخبار والتقارير الصحفية بصورة مرئية ومسموعة مما يتطلب العمل بهذه الوظيفة متطلبات خاصة وصحفي مبدع، كما أن أغلب القنوات العالمية بدأت الآن وظيفة جديدة تُسمى بـ"وان مان كرو" أي أن صحفي الفيديو ينتج العمل بنفسة من مرحلة التفكير مروراً بالتصوير والمنتاج إلى إنتاج العمل بالكامل فهذا المجال هو بمثابة مستقبل الميديا[7].

وهناك مجموعة من المهارات والآليات التي يحتاجها صحفي الفيديو ليكون عمله ذو جودة وفائدة ومنها[8]:

آلية أولى: حيث يتوجب على الصحفي البحث عن الأفكار الخبرية التي تصلح لتقرير مصوّر، بالإضافة إلى تحديد زاوية المعالجة الفنيَة والبصرية لتلك القضية بشكل جديد لم يجر التطرق اليه من قبل.

آلية ثانية: وهي جودة القصَة، حيث يجب أن تحتوي القصة على شخصيّة مؤثرة وبإمكانها تجسيد الحالة للموضوع الذي تتناوله. إضافة لتقديم قيمة خبرية للمشاهدين أو للجمهور المستهدف.

آلية ثالثة التصوير: وعليه يتوجب أيضًا على الصحفي تعلّم المهارات الأساسية في التصوير واختيار اللّقطات المناسبة للقصة.

آلية رابعة وهي الكتابة: من خلال إختيار الجمل القصيرة وذات المغذى وعدم وضع الكلمات التي لا ضروري لها واختيار الكلمات البسيطة التي تناسب قصتك.

آلية خامسة وهي المونتاج: هو من إحدى المهارات الأساسيّة التي يجب على صحفي الفيديو التحلّي بها. من أجل ترتيب الفيديوهات الموجودة لديك.

آلية سادسة وهي المدة الزمنية: من المتعارف أنه يجب ألا تزيد مدة القصة عن 90 ثانية وكلما كانت المدة أقل، كلما كان ذلك أفضل، مع تنويع اللقطات لضمان بقاء المشاهد أمام قصتك حتى ينتهي.

مهارات وآليات إضافية ينبغي توافراها في صحافة الفيديو:

من أجل إنشاء مقاطع فيديو جيدة وواضحة وجذابة، يمكن أن تستخدم كاميرا متطورة أو أحدث آيفون، ولكن الفيديو الخاص بك سيكون جيدًا على قدر فهمك للغة البصرية، وهذه هي الطرق التي تساعد فيها أنواع مختلفة من اللقطات، والتحرير، وعناصر الفيلم الأخرى وعلى بناء قصتك[9].

مع ذلك، فإن هذه الحقيقة البسيطة تفتقد بسهولة عند محرري غرف الأخبار عندما يبدأون بتدريب الصحفيين على الفيديو. هذه العقلية يمكن أن تؤدي إلى كمية أكبر وجودة أقل. يمكن لغرف الأخبار أن تحسن جودة الفيديو بشكل كبير من خلال تدريب الصحفيين على هذه الجوانب.

وتكمن الخطورة في صورة الفيديو تكمن في قوة تأثيرها على الرأي العام باعتبارها صورًا حقيقية غير قابلة للدحض ما يضاعف المسؤولية على المؤسسات الإعلامية التي تتبع هذا النوع من الإعلام بحيث يجب ان تتحلى بالمصداقية.

كما أن صحافة الفيديو توظف عددًا أكبر من الحواس مقارنة بالصحافة المطبوعة، ففي صحافة الفيديو يشاهد المتلقي ويسمع بينما في الصحافة المطبوعة والمواقع الإلكترونية يقرأ ويرى صورة ثابتة فحسب.

وانتشر هذا النوع الصحفي بكثرة في وسائل الإعلام وهو ما ساعد تقليل تكلفة إنتاج القصص بسبب استخدام معدات أقل وعدد أفراد أقل، إضافة لسهولة التنقل والتخفي والوصول إلى المناطق الصعبة التى يصعب وصول مجموعة من الأفراد إليها. فعلى الصعيد المادي، تواجه غالبية المؤسّسات الإعلامية الكبرى تحدّيات ماليّة في السنوات

الأخيرة، دفعتها إلى خفض نفقاتها قدر الإمكان. ومن الواضح أنّ وجود شخص يستطيع بمفرده صنع قصة مصورة يوفر على المؤسّسة المال اللازم لفريق عمل كامل!.

وعلى الصعيد المهني، يتمتع صحفيو الفيديو بمرونة وسرعة في الحركة، الأمر الذي يساعدهم في إنجاز تغطيتهم وتقاريرهم في وقت أقصر وبتكلفة أقل. وفي حالات كثيرة، يناسب النموذج أوضاعًا يتعامل فيها الإعلام مع مناطق نزاع قلاقل وحروب وغيرها.

وتعتمد صحافة الفيديو على إيصال الرسالة من خلال الصورة والكتابة، لذلك يجب أن تكون الجمل بخط واضح وجمل قصيرة، يمكن استخدام المؤثرات الصوتية حتى تكسر الملل خلال فترة عرض الفيديو ومن المناسب اختيار موسيقى ومؤثرات صوتية مناسبة لقضية الفيديو، كذلك من المهم أن يكون صناعة الفيديو وإنتاجه ملائما للحدث.

فكرة أن يكون لديك استراتيجية لإنتاج المحتوى قائمة على معرفتك العميقة والحقيقية بأهدافك ورسالتك وقيمك وجمهورك والسوق الذي تعمل به كناشر، تبدو كفكرة رومانسية في واقع الصحافة الإلكترونية في مصر، وإنتاج محتوى فيديو ناجح وجذاب لن يحدث بشكل متكرر وبه إضافة للمهنة والجمهور إلا بالاجتهاد في الإجابة عن هذه الأسئلة وغيرها، ووضع استراتيجية لمحتوى الفيديو وغيره على أساسها[10].

وعلى الصعيد المهني، يتمتع صحافيو الفيديو بمرونة وسرعة في الحركة،- أو هكذا ينبغي ان يكونوا- بما يساعدهم في إنجاز تغطياتهم وتقاريرهم في وقت أقصر وبتكلفة أقل. وفي حالات كثيرة، يناسب النموذج أوضاعاً يتعامل فيها الإعلام مع مناطق نزاع قلاقل وحروب وغيرها[11]. وفي هذا يأتي أهمية دور نقابة الصحفيين الهام في تدريب الصحفيين المقيدين بها تحت التمرين والمشتغلين على إعداد صحفي الفيديو بشكل يتناسب مع أدوات العصر الحديث ومتطلباته وأدواته وآلياته وتحدياته أيضًا والقيام بعقد دورات تدريبية في هذا المجال الحيوي الهامة وهو صحافة الفيديو للمتقدمين إلى لجنة القيد بنقابة الصحفيين من الصحفيين الشباب الذين يدخلون العمل الصحفي لأول مرة.. وهذا يتم أيضًا بمتابعة المجلس الأعلى للإعلام والهيئة الوطنية للصحافة وهي الجهات المسئولة عن العمل الصحفي في البلاد وفقًا للدستور.

أنماط صحافة الفيديو على الإنترنت:

ويرى "**بول براد شو**" أنه يمكن تصنيف صحافة الفيديو على الإنترنت إلى أربعة أنماط هى:

1- نمط الصور المتحركة ويسمى مدخل الناقل اليومى، حيث يتم عرض الصور المتحركة بشكل رائع ويتم اضافة الصور إلى نص يضم كلام فقط بدون رواية معه، كما تستخدم الصور الثابتة بالضبط.

2- نمط مفكرة الفيديو **ويضم نوعين:**

الفيديو التدوينى:

وهو عبارة عن فيديو لشخص يتحدث أمام كاميرا عن أفكاره، أرائه، خبراته.

التقرير الشخصى أو صحافة المواطن:

أي قيام شخص بقصة تروى فيلميا بواسطة شخص أخر عن تجاربهم، أفكارهم، خبراتهم، وهذا قد يمزج أنواع أخرى من الفيتشر المصور.

3- الفيديو التسجيلي: ويعنيي انه فيديو رجل الشارع.

4- الفودكاست:

أنه إعادة استعمال لما يرسله الشخص من لقطات نشرة فيديو تشاهد[12].

وهناك من يصنف أنماط الفيديو على الإنترنت من خلال تجربة المواقع الانجليزية إلى ثلاثة هى:

1- الفيديو الوصفى:

وهو نوع من الفيديو يعتبر شاهد عيان على قصة، يؤخذ بسرعة، ويعرض بقليل من المونتاج، إلا المقدمة والخاتمة أنه يعرض بشكل عام داخل جسم القصة الإخبارية.

2- قناة الفيديو:

ويكون مفصولًا عن القصة الاخبارية، ويتم الإشارة له من خلال رابط بحيث يصبح فعلا مثل قناة فيديو على الصفحة، تعطى للمستخدم فرصة التفاعل بالاختيار.

3- فيديو الوسائط المتعددة:

وتستخدم بشكل منفصل كفيديو مدمج من خلال برامج اوسع من عرض الفلاش، كمحتوى مدمج فى الفلاش، أو بمفرده كملفات من خلال وصلات للفلاش، قد يكون فيلمًا كاملًا أو لقطات[13].

صحافة الفيديو في الصحافة المطبوعة والإلكترونية:

تتعدد صحافة الفيديو في الفترات الأخيرة من العقد الاول من القرن الواحد والعشرين في مصر والعديد من الدول العربية التي انتشرت بها صحافة الفيديو علي نطاق واسع وكبير بفضل الثورة التكنولوجيا والاتصالية في عالم الإنترنت والتواصل الاجتماعي. فهناك الصحف والمواقع الإلكترونية التي تنتج صحافة الفيديو وتنتشر علي مواقعها بشكل كبير ومتنوع ولها جمهورها الذي يتابعها من كل مكان حول العالم فنجد معظم الصحف القومية التي تمتلكها الدولة وهناك الصحف الخاصة والحزبية أيضًا.

ومن الصعب الآن ونحن نقترب من العقد الثاني من القرن الواحد والعشرين وجود مؤسسة صحفية لا تعتمد علي شكل من أشكال صحافة الفيديو واستخدامها علي نطاق واسع مع اختلاف أساليب العرض استجابة للتحديات الجديدة المفروضة علي صناعة الصحافة من تغيير في تفضيلات القراء وأنماط التعرض للمحتوي الصحفي والاخباري الذي يجعل الجمهور يميل للتعرض للمحتوي السريع الذي يحوي تفاصيل كثيرة حول الحدث وهو ما توفره صحافة الفيديو. لذا لجأت أغلب الصحف إلى اضافة جزء خاص بصحافة الفيديو إلى موقعها الاليكتروني أو إنشاء قناة فيديوية خاصة بها على اليوتيوب، وهو الأمر الذي جعل خبراء الإعلام والصحافة يؤكدون على أن صحافة الفيديو ستحصل على اهتمام كبير في السنوات القادمة لما لها من سمات وصفات ومميزات متعددة واعتمادًا علي قدرة ومهارة وإبداع صحفي الفيديو في إعداد الأفلام والقصص والحكايات الخاص به(14).

صحافة الفيديو في الأهرام:

تعتبر مؤسسة الأهرام الصحفية المصرية من أكبر المؤسسات الصحفية والطباعية في الشرق الاوسط وتاريخها يمتد لاكثر من قرن وربع من الزمان عندما اسسها سليم وبشارة تقلا في الاسكندرية. وهي مؤسسة صحفية قومية تابعة للدولة المصرية ولسان حال حكومتها ويمارس حق الملكية عليها الهيئة الوطنية للصحافة الذي تأسس بديلًا عن المجلس الأعلى للصحافة الذي تم إلغاؤه.

وتضم الأهرام إصدارات عديدة ومتنوعة في مجالات الحياة الإجتماعية والسياسية والاقتصادية بالإضافة إلى مركز دراسات وأبحاث والإصدارات الإكترونية وموقع بوابة الأهرام وتخصص الأهرام مساحة كبيرة لصحافة الفيديو من خلال عرضها لفيديوهات مختلفة عن الأحداث والقضايا الجارية.

صحافة الفيديو في الأخبار :

تعتبر مؤسسة الأخبار ثاني أكبر المؤسسات الصحفية القومية التي تمتلكها الدولة ممثلة في الهيئة الوطنية للصحافة والمجلس الأعلى للإعلام ولها إصدرات متعددة كأخبار الحوادث والرياضة والأدب والفن. وهي ناطقة أيضًا باسم الحكومة المصرية ولسان حالها.

ولها إصدار الإكتروني وبوابة الأخبار وتخصص مساحات بها لعرض صحافة الفيديو عن مختلف الأحداث الداخلية الرسمية والخارجية المتعلقة بسفر الرئيس ورحلاته للخارج.

صحافة الفيديو في الوفد:

تعبر جريدة الوفد من أقدم وأعرق الصحف الحزبية التي تصدر عن حزب الوفد المعارض للدولة وتصدر صحيفة يومية اسمها الوفد ولها إصدار إلكتروني وصحافة للفيديو تعرض علي موقعها الإلكتروني.

صحافة الفيديو في اليوم السابع:

تعتبر نموذج فيديو 7 الصادر عن مؤسسة اليوم السابع الصحفية الخاصة من أبرز وأنجح النماذج الصحفية وأكثرها انتشارًا في الصحف المصرية وتصدر موقع الإكتروني يحمل اسم اليوم السابع وكذلك صحيفة ورقية اسمها اليوم السابع ويرأس تحريرها خالد صلاح.

صحيفة اليوم السابع التي تعد من أبرز الصحف الخاصة التي اهتمت بصحافة الفيديو علي نطاق واسع وحصدت علي مشاهدات عديدة جعلها تحصد علي دروع متعددة من شركة جوجل العالمية بسبب كثرة أعداد المشاهدين والمتابعين للقناة.

وتعد "اليوم السابع" رائدة وسباقة فى نوعين من الصحافة هما "المواطن والميكروفون" والتى أطلقتهما فى الفترة السابقة، مشيرًا إلى أن موقع "فيديو7" كان فكرة خالد صلاح رئيس تحرير "اليوم السابع" لإدراكه أنها صحافة المستقبل.

محرر صحافة الفيديو "خارق" لأن هذا الصحفى يركز طوال الوقت على ما يحدث من حوله ويرصده، فيما توجه بالشكر إلى محررين "فيديو7" بسبب مجهوداتهم التى بذلوها فى إنجاح القناة، مؤكدًا أن هؤلاء الشباب متحمسين جدا لهذا العمل الرائع، وهم لهم الفضل الكبير بأن يصبح الموقع فى هذه المكانة التى فيها حالي.

كما حدثت طفرة جديدة فى صحافة الفيديو بين الصحف الخاصة المصرية وهما اليوم السابع وموقع "دوت مصر" في مطلع عام 2018. وهو إعلان أكبر تحالف للإنتاج المصور على الإنترنت بين "دوت مصر" و"فيديو7". تدشين محتوى مبتكر للفيديوهات القصيرة والبرامج المتنوعة. ومهرجان ضخم للإبداع بالموبايل لدعم الشباب في صحافة الفيديو.

ووقع اتفاق التحالف كل من هانى رفعت رئيس تحرير دوت مصر، وعمرو جاد رئيس تحرير فيديو7، فى حضور عدد من قيادات الموقعين، وعلى رأسهم شادى أبو الحسن مدير عام الإنتاج، وأمير مظهر مدير الفيديو والمحتوى، وسحر طلعت مدير تحرير فيديو7 وأيمن عبد التواب مدير تحرير دوت مصر.

ويأتى هذا التحالف ضمن خطط التطوير التى يتبناها الموقعان بوصفهما الأكبر في إنتاج الفيديوهات فى مصر والعالم العربي، مما يضعهما على مسار التطور المتسارع الذي يشهده المحتوى المرئي على الإنترنت، كما يستهدف التحالف تدشين محتوى جديد ومبتكر للفيديوهات القصيرة بمختلف توجهاتها سواء خفيفة منوعة أو خدمية هادفة، أو الدراما والمشاهير، وهو التنوع الذى من المتوقع أن يقود مجال الفيديو على الإنترنت فى المستقبل.

ويمتد هذا التحالف ليشمل إنتاج قائمة كبيرة من الموضوعات الآتية[15]:

1- الفيديوهات الترفيهية والمواد الخفيفة.

2- فيديوهات درامية وسكتشات فنية.

3- النشرات الإخبارية الساخرة.

4- فيديوهات نقد الواقع والظواهر الإجتماعية.

5- فيديوهات وثائقية وتحقيقات مصورة.

6- قصص إنسانية مصورة.

7- فيديوهات للأطفال.

8- فيديوهات خدمية وفيديوجرافيك.

9- فيديوهات تعليمية ومعرفية تثقيفية.

10- برامج رياضية وحوارات وتحليلات كرة القدم.

11- قائمة برامج منوعة التي تخاطب فئة الشباب وتقدم خدمات ترفيهية متنوعة.

صحافة الفيديو في جريدة الدستور:

تعتبر جريدة الدستور جريدة خاصة صادرة عن مؤسسة صحفية خاصة، وتسير باتجاه مواكبة التطور الإلكتروني والتحديث المتواصل لموقعها الاخباري الإلكتروني مسايرة هذا النوع من الصحافة الذي من المفترض أن يكون جزءًا من إعلام المستقبل بحيث لا يمكن أن يتم الاستغناء عن الصحافة المقروءة التي هي الاساس في العمل الصحفي وتحمل معها التحليل والقراءات والمقارنات. يقول مدير تحرير المحليات في صحيفة العرب اليوم الزميل فهد الخيطان أن التطور التقني في وسائل الإعلام يجري بسرعة فائقة والتنافس اليوم يتم بين من ينقل الخبر بحيوية بشكل أكبر.

ومع التطور التقني أصبحت الصورة الإلكترونية (صحافة الفيديو) أكثر قدرة في التأثير على متلقي الخبر وأكثر جذبًا له، وبالتالي فإن المستقبل هو لصحافة الفيديو.

وصحافة الفيديو على اهميتها لا تغني عن الأشكال التقليدية للصحافة المكتوبة التي تتكفل بتحليل الصورة ونقل أبعاد وخلفيات المشهد وشرحه مشيرًا إلى أن التضليل ممكن أن يتم في صورة الفيديو كما يمكن أن يتم في كل أشكال العمل الصحفي، والمرجعية في ذلك، المؤسسة الصحفية والصحفي نفسه.

كما أن الخطورة في صورة الفيديو تكمن في قوة تأثيرها على الرأي العام باعتبارها صورا حقيقية غير قابلة للدحض ما يضاعف المسؤولية على المؤسسات الإعلامية التي تتبع هذا النوع من الإعلام بحيث يجب أن تتحلى بالمصداقية.

ويجب أن تنقل صحافة الفيديو الصورة من كل جوانبها وألا تترك زاوية دون أخرى، كأن تكون موجهة نحو فكرة واحدة لافتا إلى أن من الصعب أن نحكم الآن على الساحة المحلية فيما يتعلق بهذا النوع من الصحافة خاصة لجهة الحيادية غير انه من حيث المبدأ فإن المؤشرات الأولية هي واعدة ويكفي أن تكون هناك صحافة فيديو انطلاقًا من تطور العمل الصحفي بشكل عام.

يستوجب من المعنيين النظر إلى الإعلام الجديد باعتباره ركيزة أساسية من ركائز التطور الطبيعي التي تضمن لنا كإعلاميين وكأردن عموما مكانتنا بين دول المنطقة والعالم، إذ أن من لم يواكب هذا التطور مصيره الانغلاق والتقوقع لافتًا إلى ان صحيفة الغد تنظر باهتمام إلى هذا الأمر حيث سيتم وضع خطوات في هذا المجال.

وثمة فروقات هائلة بين صحافة الفيديو وبقية الأنواع الصحفية من مكتوبة إلى مسموعة إلى مرئية وفقا للزميل الخمايسة، ويعود ذلك إلى أن صحافة الفيديو توظف عددًا أكبر من الحواس مقارنة بالصحافة المطبوعة، ففي صحافة الفيديو يشاهد المتلقي ويسمع بينما في الصحافة المطبوعة والمواقع الإلكترونية يقرأ ويرى صورة ثابتة فحسب[16].

صحافة الفيديو في مؤسسة المصري اليوم:

تعتبر صحيفة المصري اليوم من أبرز المؤسسات الصحفية الخاصة الناجحة والأكثر قراءة وجاذبية من محتلف القراء وفقًا لأرقام التوزيع وسياستها التحريرية المعرضة للحكومة نسبيًا. وهي جريدة خاصة لديها مؤسسة تدريبية لعمل دورات عن السوشيال ميديا وصحافة الفيديو.

وتصدر جريدة يومية معارضة وناقدة ولها موقع الإكتروني علي الإنترنت وتخصص مساحات كبيرة لصحافة الفيديو تعرض فيه كافة الاحداث الجارية الداخلية والخارجية وتحظي عيل نسبة مشاهدات عالية وردود أفعال وتعليقات متعددة.

صحافة الفيديو في جريدة الشروق:

تعتبر جريدة الشروق صحيفة حاصة صادرة عن شركة الشروق للطباعة والنشر ولها صحيفة إلكترونية وتخصص مساحة كبيرة لصحافة الفيديو ولها مشاهدات وجمهور علي اليويتوب يفوق جمهور القراء شأنها في ذلك شأن العديد من الصحف بعد تراجع توزيع الصحف المطبوعة وقلة الاعلانات واتجاهها الي المواقع الإلكترونية واليوتيوب.

ويري البعض صحفى الفيديو له أولويه التعيين فى الجرائد الأوروبية. كما أن صحفى الفيديو يشبه فى اختصاصاته صانع الأفلام الوثائقية. صحفى الفيديو أكثر نجاحاً فى مناطق الحروب حيث أنه يعمل بشكل متخفى وليس بإستخدام معدات كبيره والتى تستخدمها طواقم الأخبار التقليديه[17].

مراجع الفصل الثاني

(1) شريف درويش اللبان، **الفيسبوك والإعلام البديل**، ورقة بحثية مؤتمر الفيسبوك والشباب، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، يوليو 2009.

(2) أحمد إبراهيم، **مرجع سابق** ص55.

(3) غادة اليماني، **مرجع سابق** ص 179.

(4) ديفيد دنكلي، وأحمد منتصر، **صحافة الفيديو: سرد القصة الصحفية باستخدام الكاميرا**، دليل التدريب وإصدار برنامج تطوير الإعلام المصري القاهرة: الإعلامي 2010 ص5.

(5) ديفيد نكلي وأحمد منتصر، **مرجع سابق** ص11.

(6) معاذ العامودي، **صحافة الفيديو.. جمهور رقمي بعيون ماسحة**، الأربعاء 15 نوفمبر 2017، جريدة الشروق.

(7) محمود سامي، **كيف تصبح صحفي فيديو**، مقال منشور في جريدة الشروق المصرية بتاريخ 5 مارس 2019.

(8)معاذ العامودي، **مرجع سابق.**

(9) أحمد صلاح الدين طه: **صحافة الفيديو بديلاً للصحافة التليفزيونية التقليدية.** اليوم السابع - الخميس، 29 أكتوبر 2009 07:18.

(10) أحمد صلاح الدين طه، **مرجع سابق.**

(11) شوكت اسكندر، **الانقلاب الرقمي في الكاميرا أنتج صحافة الفيديو،** جريدة الشرق الاوسط العدد المنشور بتاريخ 27 اكتوبر 2017.

(12) حسنين شفيق، **أساسيات وتقنيات صحافة الفيديو** القاهرة : دار فكر وفن، 2016 ص 55.

(13) حسنين شفيق، **المرجع السابق** ص 59.

(14) غادة اليماني، **مرجع سابق** ص 180.

(15) مقابلة اجراها الباحث مع محمد ثروت مدير تحرير جريدة اليوم السابع في مكتبه يوم 1-9-2017.

(16) إبراهيم سعيد، **طفرة كبيرة في صحافة الفيديو،** مقال منشور في اليوم السابع المصرية بتاريخ 25 ابريل 2017.

(17) نيفين كميل، **انتهاء مهارات صحافة الفيديو للصحفيين والإعلاميين** بالاسكندرية- مقال منشور بجريدة وطني 16- 10- 2016.

الفصل الثالث

تقنيات ومراحل إنتاج

صحافة الفيديو

تمهيد:

تعتبر صحافة الفيديو هي نوع من الصحافة الحديثة والمتطورة في وسائل إعلام الجديد وهي بديل عن التقرير التلفزيوني يتلقاه الجمهور من كافة المستويات والاتجاهات والذي اصحب متواجد عبر اليويتوب ووسائل التواصل الاجتماعي بكثرة. لذلك كان من الضروري أن يعتمد على معلومة دقيقة وصورة دقيقة ويجب أن يحيط بالموضوع من كافة جوانبه ويقدم الإجابة عن أي تساؤل لدى الجمهور، إضافة لتخطي العقبات التي قد تواجه صحافة الفيديو من الجهد المتواصل في المونتاج والجرافيك وتطوير مهارات الأشخاص العاملين في هذا النوع الصحفي.

تمر عملية انتاج صحافة الفيديو بعدد من المراحل المتنوعة والهامة بواسطة صحفي الفيديو وقد كانت عملية إرسال الفيديو علي الإنترنت تتضمن وصوله الي المشاهدين بشكل غير تزامني، تسير فيه المعلومات في اتجاه واحد إلا أنه في الفترة الاخيرة بعد طرح تقنية البث المباشر لمقطع الفيديو أصبح بامكان صاحب البث المباشر ان يتلقي التعليقات من جمهور المشاهدين والمشاركة أثناء بث الفيديو.

حيث تتمثل مراحل إنتاج الفيديو في الآتي:

1- مرحلة ما قبل الإنتاج (التخطيط والإعداد).

2- مرحلة الإنتاج (أي التصوير).

3- مرحلة ما بعد الإنتاج (المونتاج).

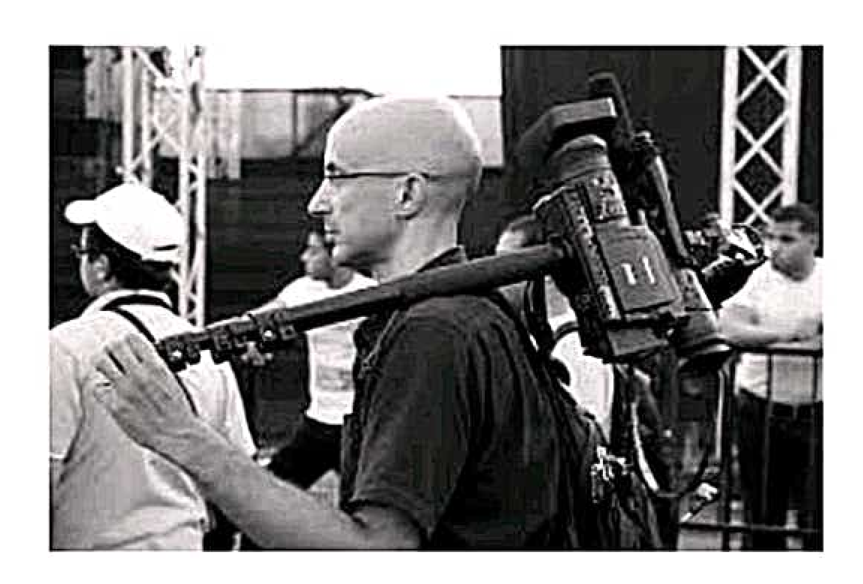
أولًا: مرحلة ما قبل الإنتاج لصحافة الفيديو:

في هذه المرحلة التي تعد المرحلة الاساسية من مراحل العملية الإدارية، فهو يمثل مرحلة التفكير والتقدير والمفاضلة بين أساليب وطرق العمل لاختيار أفضلها وأكثرها ملاءمة مع الامكانات المتاحة من ناحية وطبيعة الاهداف المستهدفة مع أخذ كافة القيود التي تفرضها طبيعة العمل والبيئة التي تعمل فيها المنظمة[1].

فالتخطيط له أهمية استراتيجية في الإعداد لتصوير فيديو صحفي حول قضية ما، لأنه يساعد الصحفي على تجنب الأخطاء التي يمكن أن تواجهه ويساعد التخطيط المسبق لتصوير قصة صحفية بالفيديو علي تجنب حدوث ارتباك في موقع تصوير الفيديو أو مشاكل أثناء عملية المونتاج كما يساعد في تحديد المواقع المقترحة للتصوير بناء على السياق العام للموضوع.

وتنقسم هذه المرحلة إلى عدة خطوات على قدر كبير من الأهمية وهي:

1- اختيارالموضوع أو الشخصية محل التصوير:



تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل التي ينبغي أن يحرص عليها صحفي الفيديو وهي اختيار شخصية المتحدث واختيار موضوع الحدث الأمر الذي يجب على صحفي الفيديو ان يبدأ في اختيار الشخصية التي سيقوم بالتصوير معها أو القضية التي سيحاول تغطيتها باستخدام الكاميرا وهذه هي الخطوة الأولى من اجل الاعداد النهائي لتصوير الحدث. وهذا ما يتطلب من الصحفي خلال هذه الخطوة أن يقوم بتحديد الشخصيات التي سيتم التصوير والتسجيل معها بدقة تامة، ثم الاتصال بهم وتحديد كافة الجوانب معهم كذلك فإنه يجب تحديد مكان التصوير بدقة لأنه يمثل فارق كبير اثناء التصوير خاصة من حيث الصوت والإضاءة. فالتصوير داخل مكان هادئ يختلف كثيرًا عن التصوير داخل مكان به أصوات عالية وضوضاء.

كما أن الصحفي يفضل في البداية أن يقوم بزيارة المكان الذي سيقوم بالتصوير فيه إذا اتيح له ذلك واختيار التوقيت المناسب حتي لا يفاجأ بأشياء غير متوقعة أثناء التصوير. حيث أن الاضاءة ركن هام جدًا في جودة التصوير والنهار يكون إضاءة مثالية ومجانية جيدة للتصوير.



2- تجميع المعلومات والبيانات الخاصة بالقضية أو الشخصية محور الحوار:

تعد مرحلة تجميع المعلومات حول موضوع التصوير والشخصية المحورية فيها هي الخطوة التالية قبل التصوير وينبغي على الصحفي أن يقوم بالقراءة حول موضوع الحلقة أو الشخصية والبحث الجيد عنها من مصادر مختلفة سواء مراجع أو كتب أو صحف او الإنترنت أو حتي وسائل التواصل الاجتماعي وينبغي للصحفي أن يحصل علي أكبر قدر متاح من المعلومات عن الشخصية أو موضوع التصوير الذي يتصدي له. وكذلك جمع معلومات عن الشخصيات الأخرى التي يمكن أن تشارك في الحوار حتي ينجح الصحفي في إعداد قصة إخبارية جديدة لم يتناولها أحد غيره من قبل وهو ما يجعله يبتعد عن تكرار الفكرة مرة أخرى وهو ما يجعلها جذابة للقراء وجديدة تثير شهيته لمعرفتها[2].

3- توفير الاجهزة اللازمة للتصوير:

وهذه المرحلة هامة جدًا ويتوقف عليها نجاح عرض الفيديو بشكل جيد أو فشله في توصيل الرسالة إلى الجمهور المشاهد للفيديو، وتحدث هذه المرحلة عقب اختيار الصحفي للشخصيات التي سيتم التسجيل والتصوير معها ومكان وتوقيت الصوير هل هو نهارًا ام ليلًا وبعد إعداد المعلومات الخاصة بالموضوع والشخصيات التي سيتم التسجيل معها ثم يأتي بعدها دور التجهيزات المادية التي ستساعد الصحفي الفيديو على تصوير قضيته الصحفية. الأمر الذي يلزم الصحفي الفيديو أن يقوم بتجهيز أدوات التصوير والتسجيل والصوت والاضاءة بشكل جيدة ومنضبط قبل بدء التصوير وعمل اختبار بسيط لمعرفة امكانية التسجيل بهذه الأدوات بسهولة ودون عوائق أم لا، وذلك تجنبًا لأي محاولات للفشل في التصوير أو الأضرار به على أقل تقدير أو تخمين.

أهم الأجهزة التي ينبغي توفيرها لدى صحفي الفيديو:

الكاميرا:

وهي الآلة المستخدمة في عمليات التصوير وقد تحولت خلال السنوات الماضية إلى الكاميرات الرقمية بعد أن كانت آله منخفضة الكفاءة والامكانيات ومرتفعة التكاليف. إلا أنها تحولت الآن إلى كاميرات مرتفعة الكفاءة ذات سعر مقبول ولها من الخصائص والإمكانيات الكثير والتي تزيد عن مثيلاتها الضوئية[3].

الكاميرات



مجموعة من كاميرات التصوير:

ومن ثم ينبغي الحرص بقوة علي استخدام الكاميرا الرقمية التي تناسب الاحتياجات التصويرية بجوة فائقة لنجاح عملية التصوير نفسها والتي تعد من أفضل وأهم مراحل تصوير صحافة الفيديو بالاضافة إلى سهولة حمل هذه الكاميرا ومن الممكن توفير حامل أو "ستاند" للكاميرا عند التصوير في الأحاديث الصحفية الشخصية. وهناك الكاميرات المحمولة الصغيرة التي تصل حجمها صوابع اليد الواحدة وخفيفة الوزن لسهول التنقل بها وحملها أثناء اللقاءات الجماهيرية أو الاجتماعات او المباريات الرياضية... إلخ.

وإذا كان الموضوع في مكان واحد فيمكن اختيار كاميرا كبيرة الحجم وذات جودة عالية تجذب المشاهدين إليها عند عرض الفيديو[4].

ميكرفون الكاميرا:

يعد ميكرفون الكاميرا ومدي جودته من أهم الوسائل الهامة في نجاح توصيل الرسالة بشكل جيد للجمهور دون تشويش أو أزمات في الصوت للشخصية أو للموضوع المطلوب للتصوير.. فالصوت إذا كان يشوبه شائبه فإن الفيديو سيكون غير قادر على النجاح والحصول على نسبة مشاهدات عالية بل سيكون أيضًا رديء وإن كان الموضوع المثار مهم فإن الجمهور سينتقل إلى قناة أخرى عبر اليويتوب لمشاهدة نفس موضوع القصة الإخبارية الصحفية.

حيث أن صحافة الفيديو عبارة عن صوت وصورة وعناصر أخرى ولكن إذا ساء الصوت أو الصورة سيكون الآخر دون قيمة وجاذبية[5].

أشكال لمايكروفونات للتسجيل أثناء التصوير

حيث أن ميكرفون الكاميرا له دور هام جدًا في انجاح عملية إنتاج صحافة الفيدو من عدمه نظره لدوره في تنقية الصوات الداخل إلى الكاميرا لأن التصوير في مؤتمر صحفي مزدحم مثلًا يجعل هناك تداخل في الأصوات ومن ثم يفسد التصوير تمامًا ويجعل من صوت الشخصية أو الضيف غير واضح بأي حال من الأحوال بين هذه الأصوات، خاصة إذا كان الميكرفونات الموجودة داخل الكاميرات ذات نوعية بسيطة جدًا وتقوم بتسجيل الصوت من جميع الاتجاهات[6]. الأمر الذي يجعل من ضبط واختيار ميكرفون مناسب ضرورة لإنجاح الفيديو.

أنواع الميكروفونات في صحافة الفيديو:

- ميكرفون المشبك:



ميكرفون مشبك يوضع في الكاميرا أو الموبايل المحمول

وهو ميكرفون صغير الحجم يوضع على صدر المتحدث ويكاد يظهر في اللقطة لكنه حساس للرياح والضجة وحركة الجسد.

- الميكرفون اليدوي:

وهو الميكرفون العادي الذي يحمل باليد ويكون قريب من مصدر الصوت ومن فمه ويظهر دائمًا في اللقطة، وهو من الميكروفونات القوية ويستطيع مقاومة الهواء الشديد والرياح والازدحام والضجة ومناسب للعمل الميداني وتجميع الاراء حول قضية ما كالاستفتاءات علي التعديلات الدستورية او الانتخابات العامة... إلخ.



صورة لميكروفون عادي يدوي

- الميكرفون اللاسلكي:

وهو نوع من الميكرفونات التي توفر حرية ومرونة أكبر في التصوير ولكنها معقدة بها جهاز للإرسال والإستقبال ولا يمكن التنبوء بإعطالها.

- الميكرفون المصوب أو على شكل عصايا طويلة:

وهو ما يوضع علي ذراع طويل ليبقي خارج مكان التصوير، وهو ميكرفون يلتقط الصوت من جهة واحدة فقط وهو افضل بكثير للاستعمال في الهواء الطلق عند وجود الرياح[7].



ميكروفون مصوب و ملحق به عصا



ميكروفون لاسلكي ملحق بكاميرا تصوير

لذلك لابد لصحفي الفيديو عليه أن يختار الميكرفونات المناسبة للظروف المحيطة بمكان التصوير بالإضافة إلى أنه يمكن أن يستخدم أكثر من ميكروفونات مختلف في تغطية الحدث الواحد.

حاملات الكاميرا:

تعتبر حاملات الكاميرا من الأدوات الرئيسية اللازمة لعملية تصوير صحافة الفيديو ويعمل حامل الكاميرا على تثبيت الكاميرا علي لقطة معينة دون حدوث أي حركة تشوش علي الصورة اثناء التصوير خاصة في اللقاءات الطويلة كتصوير ندوة أو مؤتمر، حيث يكون من الصعب حمل الكاميرا بواسطة عنصر بشري لفترة طويلة قد تمتد إلى ساعة أو أكثر دون حدوث أي اهتزاز أو حركة بالصورة مما يؤثر علي جودة التصوير.



حامل لكاميرا التصوير

بالرغم من قلة أهميتها بالنسبة لعملية التصوير ويمكن الاستغناء عنها بعكس الكاميرا والميكرفون إلا إنها تتنوع بين الحوامل الثابتة وتستخدم للتصوير الخارجي واهمها الحامل الثلاث الارجل وهو اكثر انواع الحوامل انتشار خاصة مع صحفيتي الفيديو لسهولة حمله والحوامل المتحركة المزودة بعجلات تتحرك في مختلف الاتجاهات والأماكن والأوقات[8].



أدوات تصوير صحافة الفيديو

ثانيًا: مرحلة إنتاج صحافة الفيديو:

المرحلة الثانية في تنفيذ صحافة الفيديو هو مرحلة هامة للغاية تتمت عقب اتمام صحفي الفيديو لمرحلة التخطيط والاتفاق علي كل ما يلزم للتصوير، وبعد أن يتأكد من سلامة معداته واستعداده التام لتصوير القصة الصحفية من جودة الكاميرة وشحن البطاريات وتوافر مساحة للتخزين واختبار كفاءة الميكروفونات والتأكد من عدم وجود تشويش على الصحفي أن يعمل على تحضير الضيوف للمقابلات الصحفية.

ولابد من التدريب قبلها الجيد علي التصوير بشكل احترافي ومن ثم عليه مراعاة العديد من الأمور التي هي الاركان الرئيسية لعملية التصوير:

1- الكاميرا:

تعتبر الكاميرا هي العنصر الثالث الاهم لصحفي الفيديو أو الكاميرا هي اليد الثالثة له والتي لا يمكنه العمل بدونها، لذا فإن على صحفي الفيديو الإلمام بقواعد وأسس التصوير الاحترافي والتدريب المسبق عليه.



كيفية التصوير الجيد بالكاميرا لصحفي الفيديو:

هناك العديد من القواعد التي ينبغي لصحفي الفيديو أن يدركها جيدًا وهي:

لابد من تصوير علي ما يحيط بالضيف أو الشخصية المحورية في الحوار الصحفي وليس تصوير الوجه فقط خاصة إذا ما كان ما يحيط به يتعلق بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع التصوير.

مثال الشباب بمختلف مستوياته في مؤتمرات الشباب الدورية ويكون على صحفي الفيديو أن يقوم بتصوير قاعات المؤتمر والحضور والمناقشات والجلسات حتي تكون اللقطة متكاملة وليس بها أي قصور أو بتر للمعلومات[9].



وينبغي الحرص علي تنوع اللقطات أثناء التصوير فهناك اللقطة الواسعة واللقطة المتوسطة واللقطة المقربة للشخص أو الشيء محور الحدث مع ضرورة الوضع في الاعتبار أن تعلم هذه القواعد سهل نسبيًا لكن تعلم استخدامها قد يستغرق الحياة بأكملها ولكي يحصل الصحفي علي تنوع اللقططات يجب ان يقوم بتغيير البعد البؤري للعدسة وزاوية التصوير في كل لقطة جديدة فيلتقط صور للشخص ثم للشيء ثم للاثنان معًا[10].

كما ينبغي الحرص علي طول اللقطة في صحافة الفيديو بحث لا تقل عن 13 ثانية حتي لا تكون اللقطة قصيرة جدًا وغير واضحة الهدف منها وكذلك حتي يسهل على الصحفي عمل مونتاج لها بسهولة تامة[11].

أنواع اللقطات والزوايا فى تصوير صحافة الفيديو:

من المهم جدًا في الفيديو معرفة كيف تحكي القصة أو تسلسلها لتسهيلها في الفهم وعدم تشتيت أو ملل المشاهد.

لذلك يجب عليك فهم أنواع اللقطات والفرق بينها وبين الزوايا لتحقيق مشهد ممتاز.

وبالنسبة لأنواع اللقطات التصوير فهي كالآتي:

أنواع اللقطات:

Extreme wide shot
EWS

وهو الوضع حيث تكون اللقطة واسعة جدًا ويكون الموضوع مختفي أو صغير الحجم، ويبدأ في الوضوح مع التقريب وشائع جدًا في الاستخدام للدخول في القصة أو بداية القصة.



Extreme Long Shot
ELS

وهي اللقطة الطويلة: في هذة اللقطة يكون المشهد به شخص كامل وأجسام كاملة والموضوع ظاهر وواضح.



Wide Shot or W/S
وهي اللقطه الكاملة، يكون فيها المشهد واضحاً تمامًا والموضوع واضحًا تمامًا.



Long Shot

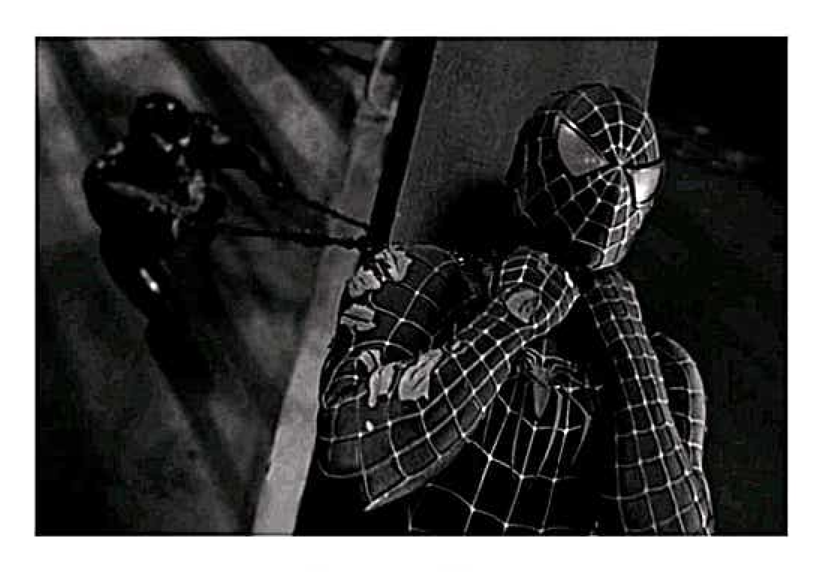
وهي لقطة يتم التركيز فيها على شخص واحد ويظهر كاملاً



Medium Shot

M/S

اللقطة المتوسطة وهي بالنسبة لجسم الإنسان اللقطة التي تحوي الجسم من الرأس إلى الركبتين أو إلى ما فوق الوسط بقليل. تعرف باسم "اللقطة الأمريكية".



Medium Close Up
MCU

اللقطة القريبة، وهي بنسبة للإنسان تمثل الرأس أو الوجه أو إلى الكتفين.



Close Up
C/U

اللقطة القريبة، هي اللقطة التي تشمل الوجه فقط، أو الوجه والرقبة، أو الوجه والرقبة والكتفين لممثل واحد.



Extreme Close Up
ECU

لقطة قريبة جدًا، وتختلف عن اللقطة السابقة في التركيز على جزء محدد من الوجه أو العنصر أو الموضوع مثل خاتم في الإصبع، أو العين وخلافه.



Over the Shoulder Shot or O/S

لقطة خلف الكتف، وتكون بين شخصين أو محادثة وتكون الكاميرا خلف الشخص الصامت بمعنى أن الشخص المتكلم يكون هو الظاهر في اللقطة.



Angels

High Angle

إما بالنسبة للزوايا العالية، تكون الكاميرا موجهة إلى أسفل لشخص صغير وتظهر أن شخص يكون أقوى من شخص آخر.



Low Angle
الزاوية المنخفضة

وفيها يتم اظهار الموضوع اكبر من وضعه الطبيعي لإظهار القوة والحجم الكبير.



Slanted Angle

حيث تتم إمالة الكاميرا وهي واحدة من العديد من التقنيات السينمائية التى غالبًا ما تستخدم لتصوير عدم الارتياح النفسي أو التوتر في الموضوع الذى يجري تصويره واستخدامها لابد أن يكون محسوب، وعلى حد تعبير الناقد السينمائي روجر ايبرت، يتعلم المخرجون أحيانًا إمالة كاميراتهم، دون أن يتعلموا لماذا.



Eye Level

مستوى النظر، وتكون الكاميرا في نفس مستوى النظر وتعني تساوي القوة



Aerial shot

Bird eyeاو

وهو إظهار المشهد من مكان الطائر



Storyboard

فيديو ممتاز ومن الجيد تجهيزولابد لصحفي الفيديو أن يقوم بتصور أي وثيقة أو مستند أو صوت أو صورة يحملها المتحدث أو الشخصية محور الحوار من أجل التأكيد علي مصداقية ادعاءاته حتي لا يكون الحوار عبارة عن كلام مرسل دون أدلة. مع تجنب القطع القافز للقطات، فيجب على صحفي الفيديو ان يعقب اللقطات التأسيسية التي تظهر المكان الذي يقف فيه بلقطات اعتراضية كي يستخدمها عن الانتقال من لقطة إلى أخرى متفاديًا القطع القافز والذي يبدو غير طبيعي للعينين وكاان الكاميرا قفزت عدة سنتميرات فجأة مما يتعب عين المشاهد[12].

كما ينبغي ضبط حركة الكاميرا بشكل دقيق لأن هناك بعض اللقطات تحتاج إلى تصوير ثابت حتي تتجنب اهتزاز الكاميرا أثناء الحركة، لذا لابد في هذه اللقطات أن يحرص صحفي الفيديو على استخدام حامل الكاميرا وأن يحافظ عليها مستوية في شكل أفقي من خلال ضبط ميزان الحامل قبل البدء في التصوير. على سبيل المثال تصوير لقطات قريبة أثناء مباريات كرة القدم أو أثناء تنفيذ جريمة ما لتساعد بعد ذلك في عملية المونتاج.

- ضرورة ضبط عدسة الكاميرا فلابد عند التصوير من ضبط الوضوح بطريقة صحيحة وعند حركة الجسم أو الشخص مما يحتاج صحفي الفيديو إلى تعديل ضبط الوضوح في الكاميرا عند التصوير. حيث تحتوي الكاميرات الحديثة على اختيارات للمصورين عند الاستخدام اليدوي أو عند الاستخدام الاتوماتيكي للعدسة ولكن صحفي الفيديو المحترف يفضل استخدام ضبط الوضوح اليدوي إلا في الأحداث المفاجأة كالحرائق والمظاهرات.

- ويجب التركيز على جعل الضيف ينظر إلى كاميرا التصوير طوال الوقت وألا ينظر إلى العدسة مباشرة بل يمكنك أن تعدل جسمه إن لزم الأمر فإذا كان من النوع الثابت سيساعدك ذلك علي اختيار الكادر المناسب إما إذا كان من النوع كثير الحركة فينبغي توسيع الكادر قليلًا حتي يتلاءم مع الحيز الذي يشغله الضيف افقيًا أثناء حركته.

كما يجب وضع الضيف في الكادر افقيًا من خلال اختيار صحفي الفيديو لقاعدة الثلث والثلثين بينما إذا كانت الشخصية عامة وتدلي بتصريحات هامة فيجب أن تكون جلستها في المركز أو منطقة الواجهة[13].

الصوت في صحافة الفيديو:

هو العامل الثاني بعد الكاميرا وغالبًا يعد موضوع ضبط الصوت من الموضوعات الصعبة التي تواجه صحفي الفيديو الأمر الذي يجعله يلجأ غالبًا إلى استخدام ميكروفون متصل بالكاميرا الخاصة به، حيث أصبحت التقنيات الحديثة تسمح بانتاج تسجيلات رقمية ذات جودة احترافية علي الحاسب الآلي أو جهازك الشخصي اللاب توب دون تكلفة. إضافة إلى إنتاج برامج لتنقية الصوت متاحة على الإنترنت مثل برنامج "جولد ويف" وهو برنامج رقمي احترافي لتسجيل الاصوات وتحريرها من الشوائب والتأثيرات الاخري عليها[14].



مايك ملحق بالموبايل او المحمول اثناء تصوير

وهناك نصائح لضبط الصوت ينبغي على صحفي الفيديو أن يتبعها **وهي:**

- الحرص على اغلاق جميع أجهزة الهاتف المحمول المتواجدة في أماكن التصوير

- الحرص على تسجيل الصوت النقي الذي لا يحتوي على تشويش أو ضجيج غير مرغوب فيه.

- الحرص على أن يكون الميكروفون قريب من المتحدث تمامًا.

- الحصول على أفضل جودة للصوت حتي لا يتأثر بضغط الملف عند عمل مونتاج له من أجل نشره على الإنترنت وموقع اليوتيوب.

- استخدتم الأصوات المحيطة لتغطية أصوات الخلفية عند القيام بتركيب اللقطات في تسلسل ما وذلك لاعطاء فواصل طبيعية أكبر من اللقطات[15].

الإضاءة في صحافة الفيديو:

الإضاءة من العناصر الهامة جدًا في انجاح صحافة الفيديو وتعد من الصعوبات التي تواجه صحفي الفيديو الذي يسعي للتغلب علي هذه الاشكالية التي يتوقف عليها نجاح الفيديو إجمالًا أو فشله اجمالا أيضًا. والاضاءة في صحافة الفيديو تعني الإضاءة المحيطة بموقع التصوير لأن اختلاف توقيت التصوير بين الليل والنهار يؤثر بصورة كبيرة على التصوير وجودة الصورة. لأن التصوير بالنهار يحتاج إلى أنواع معينة من الفلاتر حتي تقلل إلى حد كبير من تأثير الأشعة فوق البنفسجية الضارة بعدسة الكاميرا[16].

ومن ثم لابد لصحفي الفيديو أن يكون علي دراية بقواعد ضبط الإضاءة وهي - ضرورة التصوير في مصدر إضاءة طبيعي قدر المكان كلحظة الغروب للشمس أو وقت الصباح وما بعد الظهيرة بحث يكون مصدر الضوء خلف المصور حتي تكون الصورة واضحة وقوية وطبيعية، مع مراعاة أن لون الاضاءة يمكن أن يغير من لون الجسم المعكوس عليه[17].

لابد من التوزيع المناسب للاضاءة بالنسبة لكل أجزء الموضوع الذي يتم تصويره بما يضمن إعادة إنتاج أوصافه علي سطح الصورة بكل دقة[18].

ينبغي ضبط توازن اللون الابيض رغم أن معظم الكاميرات الرقمية توازن اللون الأبيض اوتوماتيكيًا.

ويجب استخدام الإضاءة الثلاثية الأساسية (القوية) للجسم المراد تصويره والمائلة (الناعمة) للمنطقة المحيطة بالجسم والخلفية القوية.

ولابد من منع التوهج المزعج للعدسة فلا توجه الكاميرا نحو مصادر الضوء وتجنب الأجسام التي تقتصر إضاءتها علي ضوء خلفيتها.

وهذه القواعد لابد لصحفي الفيديو أن يكون علي دراية جيدة بها حتي ينجح في أداء عمله الصحفي باحترافية كبيرة **بالإضافة إلى توافر عدد من القواعد الأخرى وهي:**

- كسب ثقة المتحاور معه أو الضيف:

فلابد لصحفي الفيديو بجانب ثقافته واطلاعه الواسع أن ينجح في اكتساب ثقة المتحاور معه أو الضيف أو المتحدث بشكل سريع للغاية وهو ما يسمي بفن التعامل مع الآخرين فالفرد ليس من السهل أن يقنع الآخرين على اختلافهم أو كسب ثقتهم على اختلافهم.

- إعداد الأسئلة والحوار جيدًا:

وعندما ينجح صحفي الفيديو في كسب ثقة المتحدث فحين إذن يمكنه من جمع المعلومات الكافية عنه قبل بدء التصوير مما يجعله ملم بكل ما يريد ان يحصل عليه من ضيفه وطريقة التعامل المثلي معه مع الحرص الشديد علي عدم ارتكاب أخطاء قد تطيح بثقة الضيف[19].

- استخدام أسئلة مفتوحة:

يجب علي صحفي الفيديو أن يحرص علي أن تكون أسئلته مفتوحة أي الأسئلة التي تتيح للضيف أو المتحدث الفرصة للاجابة الطويلة وشرح التفاصيل بشكل أكثر حرية من الاسئلة المغلقة التي تجعل الضيف أو المتحدث يجيب بإجابات قصيرة كالإجابة بنعم أم لا وهو ما يؤدي في النهاية إلى قصر مدة الفيديو وعدم الخروج بتفاصيل وافية شاملة عن الموضوع[20].

- أن يتضمن السؤال في الإجابة:

حيث يختلف صحفي الفيديو عن الصحفي التقليدي في طريقة اجرائه للحديث الصحفي. حتي يمكن للصحفي أن ينجح في اداء عمله بشكل جيد للغاية.

- الاستماع أكثر من التحدث:

فلابد لصحفي الفيديو أن يتسم بالاستماع للضيف أكثر من التحدث حتى يجمع أكبر قدر من المعلومات والاراء والأرقام والبيانات التي لا يمكن الحصول عليها من أي مصدر آخر خاصة إذا كان المتحاور معه مسئول كبير في الدولة ولابد من التركيز معه قدر الإمكان.

ولابد أن يتسم بالإنصات الإيجابي إلى ما يحتويه الكلام والمعاني المتواري خلف هذه الكلمات وهو ما يساعد علي كشف الحالة النفسية للمتحاور من توتر وثبات وقناعة ولابد من الإنصات بالعيون والأذن معًا ولابد أن يتدرب صحفي الفيديو كثيرًا علي هذا الأمر لأن الإنصات لكلام الضيف أفضل طرق للسيطرة علي الحوار برمته.

ثالثًا: مرحلة المونتاج لصحافة الفيديو:



صورة توضح عمل المونتاج لصحافة الفيديو

وهذه المرحلة مهمة للغاية تتم بعد انتهاء صحفي الفيديو من تصوير القصة الصحفية الخاصة به على هيئة لقطات متعددة تأتي المرحلة الأخيرة والخاتمة لهذا العمل وهي مرحلة المونتاج.

يعرف المونتاج بأنه العملية الإبداعية التي تتم في مرحلة ما بعد التصوير ووظيفته الاساسية وضع المادة المصورة في لقطات مختارة ومتتابعة بأسلوب منطقي وبأطوال محددة لخلق قصة ذات إيقاع جيد مع استخدام الصوت المطلوب لتدعيم واقعية الحدث وذلك لخلق عمل متكامل مفعم بالأحاسيس والافكار التي تتولد خلال المونتاج ليتفاعل معها الجمهور بشكل قوي وظاهر[21].

وتعد مرحلة المونتاج مرحلة حاسمة في صناعة الإنتاج الصحفي الفيديو أو الإعلام المرئي والمسموه لأن بانتهائه تنتج القصة الصحفية الفيديوية متكاملة بشقيها المرئي والمسموع وما يمكن أن تحتاج إليه من مؤثرات سمعية كالموسيقي والتعليق أو البصرية كالترجمة والجرافيك في مرحلة ما بعد المونتاج.

حيث تتطور برامج المونتاج باستمرار وبشكل سريع وتضاف صيغ جديدة إلى هذه البرامج الأمر الذي يساعد علي إجراء المونتاج بسهولة ويسر بسبب أن المبرمجين يجدون حلولا للمهام الشائعة بكل سهولة في هذا الأمر. كما تتميز برامج المونتاج بالقدرة علي خلق جغرافيا مكانية وزمانية وإمكانية التعامل بشكل مرن مع الزمن الفيلمي من حيث

التكثيف والاختزال وخاصة في الأخبار التي من الضروري الاختزال فيها لتقديم رسالة إخبارية خفيفة علي المشاهد أو الجمهور المتلقي[22].

وهناك مجموعة من الخطوات ينبغي على صحفي الفيديو أن يقوم بها عند عملية المونتاج وهي:

1- مراجعة ما قام بتصويره:

وهي خطوة أولى لابد منها حيث يقوم صحفي الفيديو بمراجعة كل ما قام بتصويره من مشاهد قام بتصويرها فقد تكون هناك بعض اللقطات غير صالحة وبعضها الآخر أفضل مما كان متوقعًا، وربما تجد زوايا أكثر إثارة بعد مشاهدة اللقطات وتفريغ الحوارات للتعرف علي كل تفاصيل المشاهد التصويرية ومن ثم لابد من مراجعة المشاهد التصويرية قبل مغادرة موقع التصوير منعًا لاهدار الوقت والمال.

2- اللقطات والتفريغ:

وهي خطوة مهمة يقوم بها صحفي الفيديو قبل العرض الأخير للجمهور. حيث يقوم صحفي الفيديو باستخدام نظامًا ملائمًا لكي يعطي لكل لقطة اسمًا مختصرًا ويصنفها من حيث الجودة والاهمية ليتمكن من انتقاء اللقطة الأفضل بسهولة ثم يقوم بتدوين رمز التسلسل الزمني لدخول وخروج كل لقطة حسب الوقت المسجل علي كارت الميموري الخاص بكاميرا الفيديو[23].

3- عملية المونتاج نفسها:

وهي اللمسة الاخيرة لصحفي الفيديو علي إنتاجه قبيل العرض الأول للجمهور والمشاهدين وهي خطوة تضفي الشكل الاخير علي المنتج الصحفي ككل وذلك من خلال تركيب اللقطات المصورة مع بعضها في فيلم قصير وبتسلسل زمني معين حتي يخرج الفيديو كاملا دون نقصان.

وهذه المرحلة تتطلب من صحفي الفيديو مجموعة من الاعتبارات وهي:

- الاهتمام باكثر اللقطات القريبة لانها تجعل الناس يقتربون من الصقة الإخبارية الصحفية بجانب الاهتمام الانساني كالمرض والزواج والموت والضحك... إلخ.

- اختيار اقوي الاقتباسات الصوتية للتأكيد علي ما تحاول عرضه من خلال القصة الصحفية.

- البدء بأقوي اللقطات اجتذابًا للعين علي عكس التليفزيون الذي يبدأ باللقطات التأسيسية.

- الحرص علي الخط السردي تماما كما لو كنت تكتب مقالة فهي بالفعل مقالة لكنها بصرية فاللقطات يجب أن تضيف للقصة الصحفية[24].

ثم تأتي الخطوة الاخيرة وهي الاتصال بشبكة الإنترنت من أجل إرسال منتجة إلى المؤسسة الصحفية التي يعمل بها ومن ثم تقوم بدورها برفع الفيديو عبر الموقع الإلكتروني الخاص بها.

وهناك مؤسسات صحفية تعمل على سرعة نشر الفيديو من خلال اعطاء صحفي الفيديو كلمة المرور إلى الموقع الخاص بها ورفع الفيديو بنفسه من موقع الحدث إلا أن هذا الأمر يواجه أحيانًا مشاكل تتمثل في الملكية الفكرية إذا كان هذا الفيو غير لائق أو يتعرض لحياة أحد الأشخاص الخاصة ويتجاوز المسموح فيها.

وهناك مواقع متعددة يمكن ان تستضيف الفيديوهات عبر شبكة الإنترنت مثل اليوتيوب وجوجل فيديو وياهو فيديو وديلي موشن وفيمو... إلخ.

وهناك حساب الجيميل لتأسيس قنوات علي الإنترنت يمكن من خلالها السماح بنشر اعلانات جوجل عليها وتحقيق أرباح طائلة من وراء كثافة المشاهدة إليها.

الجوانب الخمسة لإنتاج صحافة الفيديو:

هناك عدة جوانب لابد مراعاتها عند إنتاج صحافة الفيديو كما يراها العديد من الخبراء وهي[25]:

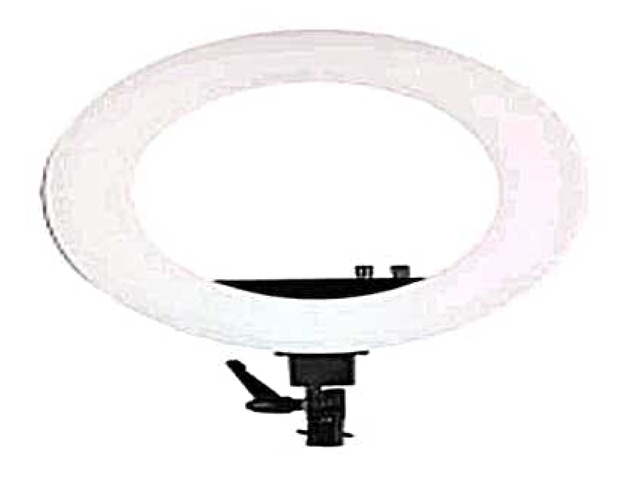
1- الإضاءة:

يمكن أن تكون الإضاءة الضعيفة المفسد الكبير في الفيديو لتحل ثانية بعد الصوت السيء. معظم اللقطات التي أخذها الصحفيون غير المرئيين في غرف الأخبار التقليدية (صحفيي الطباعة) أصبحت غير مجدية بسبب الإضاءة غير الكافية أو غير المؤثرة.

يمكن حل هذا الأمر من خلال تدريس الصحفيين أنواع مصادر الضوء (لينة وصعبة) وموقع مصادر الضوء، والذي من الأفضل تعليمه من خلال ثلاث نقاط بسيطة لإعداد الإضاءة في الأستوديو. وهنا البرنامج التعليمي الرائع الذي يفسر هذه المفاهيم. وآخر جيد حول المبادئ العامة لاستخدام الأضواء في المرئيات.

الصحفيون عرضة لالتقاط صور في الميدان أكثر من بيئة الأستوديو. على أقل تقدير، يجب على الصحفيين أن يتعلموا ما لا ينبغي القيام به عندما يتعلق الأمر بأساسيات الإضاءة - على سبيل المثال، لا لالتقاط الصور تحت أشعة الشمس المباشرة في فترة ما بعد الظهر، أو وضع الموضوع الذي تصوره بجانب باب أو نافذة عند التصوير في الداخل للحصول على أفضل إضاءة طبيعية.

عنصر الإضاءة وأهميتها في صحافة الفيديو:



شكل يوضح الاضاءة امام كاميرا صحافة الفيديو



شكل يوضح بعض اجهزة الاضاءة في استديو صغير

يعد مصدر الضوء من أهم عناصر التصوير الاحترافي باستخدام الكاميرا، وينبغي عليك أن تدرس وتتعلم كيفية استخدام الإضاءة بأنواعها، إذا كنت ترغب في تعلم التصوير الفوتوغرافي؛ ويُعرف التصوير بأنه فن الرسم بالضوء لذا فإنه لا تصوير بدون إضاءة[26].

أنواع الإضاءة:

-الإضاءة الأساسية:

هى مصدر الإضاءة الرئيسي الذي يسيطر على موضع التصوير أو المكان أو الشخص المراد تصويره، ويجب أن تشع من مصدرين للإضاءة قويين يتقاطع الإشعاع الخاص بهما بزاوية 45 درجة من امتداد خط العدسة.

- الإضاءة الخلفية:

وهى إضاءة تظهر في الجهة المقابلة للكاميرا، أي خلف العنصر المراد تصويره، وفي حالة تصوير الأشخاص على سبيل المثال، فأنها توجه إلى رأس الشخص وكتفيه فتحقق نوع من السطوع على الرأس[27].

وتكمن أهمية الإضاءة في أنها تولد الشعور البعد الثالث، وتبرز الخصائص المجسمة للشخص أو العنصر المراد تصويره، فضلًا عن أنها تبرز التباين بين الدرجات الظلية.

- إضاءة مستمرة:

وهى المتمثلة في إضاءة الكشاف أو "سبوت لايت" أو "فلورسنت"، وهى إضاءة من السهل على المصور أن يجد تأثيراتها، وكذلك اتجاهها، وتحديد وجود الظلال قبل التصوير، ولكن من سلبيات استخدامها ارتفاع درجة حرارتها مما يسبب الإزعاج للشخص المراد تصويره.

-إضاءة سريعة:

ما يميزها أنها لا يصدر منها حرارة تزعج الجالس أمامها، وتستطيع تثبيت الحركة السريعة، وهى مثل "الفلاش" وتعالج كل عيوب الإضاءة المستمرة، ولكن من سلبياتها

أنك لا تستطيع باستخدامها تحديد مكان الظلال إلا في بعض أنواع "الفلاش" الذي يجمع ما بين النوعين في الإضاءة المستمرة والسريعة[28].

توزيعات الإضاءة

يوجد توزيعات متعددة للإضاءة وجاء أبرزها على النحو التالي:

- إضاءة الضوء:

تخلق هذه الإضاءة ظل على شكل فراشة تحت الأنف، كما تزيد من جمالية عظمة الوجنتين والبشرة، ولا تستخدم مع الرجال لأنها تزيد الظل في عظمة وجنتي الرجل وبالتالي تزيد السواد تحت العينين، وتُفضل عند تصوير الأشخاص فقط.

- توزيع الإضاءة:

يوضع الضوء الرئيسي مباشرة أمام الشخص المراد تصويره، فتكون في الجهة المقابلة له، وتوازي مستوى الأنف.

- إضاءة التعبئة:

يوضع الضوء الرئيسي أمام الشخص لكن على مستوى الرأس، ويفضل وضع عاكس للضوء في الجهة المقابلة للضوء، لمحو الظلال الناتجة في الرقبة وتحت العينين.

- إضاءة الشعر:

وتستخدم دائمًا هذه الإضاءة عكس إتجاه الإضاءة الرئيسية، حيث تضيئ الشعر فقط ولا تصل إلى الوجه.

- إضاءة الخلفية:

توضع خلف موضوع الصورة في الجهة المقابلة للكاميرا، وتخلق ضوء ناعمًا يعزل الشخص عن الخلفية[29].

- إضاءة العقدة:

تشكل هذه الإضاءة ظلاً كالعقدة على جانب الوجه، وهى أكثر أنواع التوزيعات انتشارًا بين المصورين، وتوزيع الإضاءة فيها يوضع الضوء الرئيسي ويوجه جانب الشخص، كي يخلق تأثير ظل بسيط تحت الأنف.

اتجاهات الضوء

- الضوء الأمامي:

صورة بمصدر ضوء أمامي

يكون مصدر الضوء أمام هدف التصوير و خلف المصور، أو عندما تكون الشمس في مكان ما خلف أو لى جانب هدف الصورة، و يتم استعمال عاكس ضوئي أمام الهدف ليصبح العاكس مصدر الضوء الأساسي في الصورة بدلًا عن الشمس.

-الضوء من الخلف:

صورة بمصدر ضوء من الخلف

تكون الشمس أو مصدر الضوء خلف هدف الصورة وأمام المصور، و سيقع كامل عنصر الصورة في الظل لأن الظل سيكون أمامه، ويستخدم هذا النوع من الإضاءة في تصوير الظلال "السيلويت"[30].

-الضوء الجانبي:

صورة يتم تصويرها بإضاءة جانبية

يسبب استخدام الضوء الجانبي ظهور الظلال في الصورة، والتي تعطي الدراما والعمق للصورة.

نصائح عند استخدام الإضاءة

1- لا تستخدم أنواع إضاءة مختلفة عند التصوير.

2- لا بد من توحيد اتجاهات الظلال في حال استخدام أكثر من مصدر ضوئي.

3- تفادي انعكاسات الإضاءة في التصوير مع وجود أسطح عاكسة.

4- ضرورة تساوي درجات حرارة الإضاءة، وعدم استخدام أنواع مختلفة منها كيفية عمل إضاءة منزلية.

يمكنك أن تصنع وحدة إضاءة يدويًا بتكلفة محدودة لتكون أحد عناصر الاستديو الخاص بك، وذلك باستخدام خامات سهل الحصول عليها، فأحضر أربع قطع كرتونية كبيرة، ومصباح كهربي بسلك طويل ومسطرة، وسكين حاد وقلم رصاص للتحديد وورق القصدير وشريط لاصق. وقم بتقطيع الألواح الكرتونية بالتساوي، وقم بتغطيتها بورق القصدير، والصقها معًا على شكل مربع بواسطة الشريط اللاصق، واحضر قطعة كرتونية. أخرى، ثم اثقبها من المنتصف لتثبت بها المصباح، وغطيها بورق القصدير أيضًا ثم ثبت بها المصباح من الداخل[31].

2- التكوين:

يمكنك أن تكون خلاقًا جدًا في تكوين الفيديو، ولكن لا تزال هناك بعض المبادئ التوجيهية العامة التي يمكن أن تساعد المبتدئين. هناك عدد قليل من المفاهيم الهامة هي خطوط رائدة، وأنماط، وقاعدة الثلثين والعمق، من بين أمور أخرى. يمكنك معرفة المزيد عن هذه في هذا البرنامج التعليمي المفيد.

هذه نقاط انطلاق جيدة لصحفيي الفيديو المبتدئين لأنها توفر إطارًا لبدء التصوير. ومن الناحية المثالية، ينبغي أن يتجاوز تدريس هذه المفاهيم الأمور النظرية، وأن يشمل التدريبات العملية للصحفيين، يليها استعراض مفصل لعملهم.

3- نوعية اللقطات:

اللقطات هي الأجزاء المتحركة في الفيديو. فهي اللبنات الأساسية للتسلسل وكمخرج، إنها سلاحك الأساسي في محاولة لاستحضار مشاعر محددة لدى المشاهد الخاص بك. معرفة كيفية استخدام اللقطات لاستحضار العاطفة يمكن أن تأخذ الإنتاج الخاص بك من العمل الهاوي إلى شبه المهني.

صناعة الأفلام لديها ثلاثة أنواع أساسية من اللقطات: لقطة واسعة، لقطة متوسطة، لقطة مقربة (تسمى أيضا اللقطة الضيقة)، فضلًا عن اختلاف يعرف باسم الصورة عن قرب.



صورة توضح حجم اللقطات في صحافة الفيديو

كل لقطة تضع نفسها في منظور معين. على سبيل المثال، لقطة واسعة تظهر قماشًا بأكمله حيث يأخذ التسلسل دوره يمكنك من إنشاء الإعداد الخاص بك وتقديم السياق البصري. يمكن أن يساعد عن قرب على تضخيم مشاعر محددة، على سبيل المثال، لقطة عن قرب لتصبب العرق من أسفل جبهة سارق يمكن أن يزيد من توتر مشهد سرقة بنك.

4- التسلسل:

التسلسل ببساطة هو فن ترتيب اللقطات لنقل الفكر أو المعنى الضمني. يتكون التسلسل من مجموعة متنوعة من اللقطات – اللقطة الأساس، اللقطة الوسطى، اللقطة القريبة واللقطة القريبة جدا. هذا البرنامج التعليمي فيديو من شبكة الصحفيين الدوليين سيأخذك بجولة حول الأساسيات[32].

التسلسل يخدم غرضين، كمخرج، فإنه يوفر لك السيطرة على العواطف والأفكار التي تريد استثارتها وعندما يتم ترتيبها بشكل مختلف، يمكن لمجموعة واحدة من اللقطات أن تنقل معان مختلفة تمامًا وتوجيه السرد. ويساعدك التسلسل أيضًا على تقسيم الفيديو إلى دقيقتين، كل مقطع فيديو يظهر مدته دقيقتان، ويعرض كل جزء إجراء أو فكرة محددة. وبهذه الطريقة فأنت لا تكون تلتقط صورا عشوائية عندما تكون تعمل على التقاط الصور.

5- الصوت:

معظم غرف الأخبار تميل إلى تعليم الصحفيين كيفية ربط ميكروفون بالهاتف المحمول لإجراء مقابلة، ولا شيء آخر. هذا لا يكفي، يجب على صحفيين الفيديو فهم العلاقة بين مصدر الصوت والميكروفون[33].

الميكروفون المثبت عند طوق الشخص الذي تتم مقابلته داخل غرفة صاخبة سيحصل على صوت أكثر وضوحا مما لو تم الاحتفاظ بالميكروفون نفسه بعيدا بخمسة بوصات فقط عن مصدر الصوت، وفي هذه الحالة فم الشخص الذي تتم مقابلته. يوضح هذا الفيديو أهمية القرب أثناء تسجيل الصوت.

سيساعد فهم ذلك الصحفيين أيضًا على مواجهة تحديات غير متوقعة، على سبيل المثال، إذا تم ضبطهم غير مجهزين ومن دون ميكروفون لإجراء مقابلة مع شخص ما، يجب أن يعرفوا أن نقل الكاميرا إلى قرب الشخص - أقرب بكثير مما ينبغي لو كانوا يستخدمون الميكروفون - سيحسن بشكل كبير جودة الصوت.

يجب أن يتلقى صحفيو الفيديو المبتدئون ما يكفي من التدريب حتى يتمكنوا من قياس جودة الصوت أثناء التصوير من دون الحاجة إلى الإستماع إلى تشغيله بعد عدة ساعات لمعرفة على ماذا حصلوا. يمكن بناء هذه الكفاءة من خلال ساعتين فقط من التدريب السمعي المختص[34].

كما أنه إذا فهمت عملية التحرير، يجب أن تصبح لغاتها المرئية وقواعدها النحوية، ثم التصوير (تسجيل الفيديو) وكتابة النصوص أكثر كفاءة وإبداعًا وشمولية. من المرجح أن يوفر التصوير الذي يتم إعلامه بمعرفة التحرير مجموعة متنوعة من اللقطات والزوايا، حتى يعمل المحرر بفعالية. فهم التحرير يجلب نهجا أكثر تنظيما للعملية برمتها.

تتميز المسارات الصوتية بفرصة أكبر لاحتواء الصوت النظيف ومن المحتمل أن يحتوي تسلسل اللقطات المتوفرة على الشريط على مجموعة متنوعة من المواد المفيدة بدءًا من اللقطات التأسيسية الواسعة التي تروي القصص، وحتى اللقطات المتوسطة

والشكاوي اللصيقة. يجب أن تكون اللقطات ثابتة، ومؤطرة بشكل جيد، ويجب أن تكون خالية من الأزيز والهواة والمقالي وتسجيل متشنج غير مستقر. هذا هو الأفضل ترك المحرر مع كابوس عدم وجود مواد من شأنها سرد القصة.

تم إجبار بعض المحررين المساكين على قطع فيلم وثائقي عن طريق الاستوديو الصوتي (لا توجد مقابلات ميدانية) بينما اضطروا إلى تطبيق حركة بطيئة على جميع اللقطات لأنه لم يكن هناك مادة قابلة للاستخدام في الوقت الفعلي - كانت كل دقيقة مليئة بالتكبير و بالغسل كان متشنج وهواة.

تنطبق هذه القواعد على كتاب السيناريو بقدر ما تنطبق على أولئك الذين يعملون في الحقل مع الكاميرا. يجب أن يفهم كتاب السيناريو طبيعة الإنتاج ومستويات الإنتاج التي يمكن تحقيقها في بعض الميزانيات. لا يوجد استخدام البرمجة النصية تسلسل يتضمن لقطات معقدة تكلف الأرض، عندما لا توجد وسيلة يمكنك دفع ثمنها. لا يوجد أي استخدام البرمجة النصية في طائرات الهليكوبتر أو طلقات محمولة في حين يجري الإنتاج على ميزانية الشؤون الجارية لحسابهم الخاص المتواضع.

حددت شبكة الصحفيين الدوليين تقنيات الإضاءة وإيجاد الخط في تصوير الفيديو وهي[35]:

- هناك عدة طرق لخلق الإضاءة، لكن بالنسبة لمعظم الصور فعليك القبول بما هو موجود. هناك بضعة أشياء يمكن أخذها في عين الاعتبار لتحسين الإضاءة: **الزاوية، والمقدار واللون.**

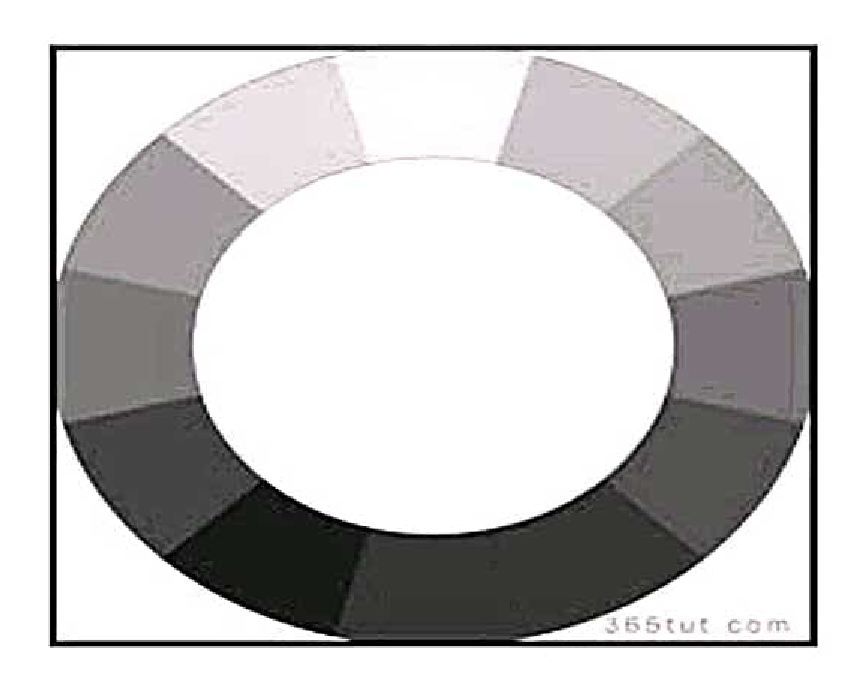
الزاوية: أفضل زاوية لضوء ألمع تكون عادة فوق مستوى العين في الهدف وعلى مقربة من الاتجاه الذي ينظر إليه الهدف. احرص دائما على وجود ضوء على الكاميرا من ناحية الهدف أكثر من الجانب البعيد. الأضواء الساطعة في الخلفية تشتت الصورة وستجعل هدفك يبدو أقل وضوحاً وأكثر غموضًا.

إن كنت تستخدم الإعدادات التلقائية للكاميرا، فعليك أن تحاول الحصول على أكبر قدر ممكن من الضوء. أفضل طريقة للحصول على كمية وافرة من الضوء هو التصوير في الخارج، لكن كن حذراً من الظلال. حاول التصوير في الصباح أو المساء أو في الأيام

المتلبدة. إن لم تتمكن من التصوير في الخارج أو في النهار، فحاول التصوير في أفضل غرفة مضاءة متاحة.

أهمية استخدام الألوان وضبطها في صحافة الفيديو

بالنسبة لاستخدام الالوان في صحافة الفيديو



شكل يوضح استخدام الالوان في التصوير لصحافة الفيديو

الألوان: تأتي الألوان في مجموعة متنوعة من اللون الأبيض، غير أنه نادراً ما يلاحظ الناس ذلك. تميز العقول البشرية اللون بالنسبة لنا، وتضبط المعلومات في أعيننا للحصول على اللون الأبيض الحقيقي. لكن الكاميرات تعتمد على رقائق كمبيوتر للقيام بذلك ويمكن أن تكون نتائجها مؤسفة. كقاعدة عامة، اعتبر الأضواء المتوهجة برتقاليةً وضوء الشمس أزرقاً والألوان المتفتحة خضراء. إن كانت كاميرتك مضبوطة على الإعدادات التلقائية،

فسيتم تلقائياً ضبط اللون لخلق لون أبيض صحيح. أهم شيء هو تجنب خلط الألوان. يمكن لهذا أن يحمل تأثيرات غير مرغوب فيها على الصورة ويعيق موازنة اللون الأبيض في الصورة.

كي لا تختلط الألوان، حاول أن تبقى مع مصدر ضوء واحد. إن كان لديك غرفة مضاءة، تجنب فتح النافذة لمزيد من الضوء. حاول زيادة الإضاءة بالمصباح، أو أطفأ الأنوار كلياً وافتح النوافذ بشكل كامل.

سيكون عليك مزج ألوان خفيفة من وقت لآخر. عندما لا يمكن تفادي الخلط، حاول خلط الألوان بشكل متساو. على سبيل المثال تجنب هدفاً جانبه الأيسر مضاء بمصباح وجانبه الأيمن مضاء عبر نافذة مفتوحة. حاول تحريك المصباح بجوار النافذة حتى تمزج الألوان.

صورة أي مصور كيفما كان، يمكنها أن تنقل للمشاهد الكثير من الأشياء المختلفة جدا وذلك حسب نوعية الضوء الذي ألتقطت فيه، نفس الشيء يحدث مع ألوانها أيضا التي تظهر في الصورة الملتقطة، بحيث أن كل لون يمكن أن ينقل لنا أحاسيس ومشاعر مختلفة، كما أن الرسالة التي يود المصور نقلها للمشاهد تختلف وتتغير حسب التأطير الجيد والفعال لتأطير الصورة، بالنظر لكيفية تأثير كل لون على هذه الرسالة[36].

فيما يلي سوف نعرض عليك بعض البيانات والمعلومات المرجعية فيما يخص معاني الألوان وما تنقله لنا[37].

اللون الأزرق:

رغم أنه اللون الذي ينقل الثقة في النفس والإنسجام بين الأشياء، لكنه يبقى في الأساس لون بارد، واسع وعميق. يعتبر اللون الارزق أخر لون تلتقط حواسنا البصرية في واقع حياتنا اليومية، وهذا ينطبق أيضا في عالم التصوير الفوتوغرافي، غير أنه من الألوان المميزة والمحببة في خلفية الصورة التي نود التقاطها، مما يسمح لنا بإعطاء المزيد من العمق للصورة. اللون الأزرق هو حقا مكسب كبير لك من أجل أن تعبر عن أعماق رسالتك في الصورة، وتجعل الآخرين يدققون في كل تفاصيلها الصغيرة والكبيرة.

اللون الأحمر:

هذا اللون يرمز للعاطفة، الحب، الخطر ومنع السرعة. على عكس اللون الازرق، فالعين البشرية تلتقط اللون الاحمر بسرعة كبيرة جدًا قبل أي لون آخر. لو وضعناه في مقدمة الصورة، يمكننا أن نبرز بشكل واضح إحساس كبير في عمق الصورة. أما في حالة تصوير السرعة، مثلًا لو قمنا بتصوير سيارتين تسيران بنفس السرعة لكن الأولى باللوم الاحمر والأخري بلون مغاير، سوف يظهر لك من الوهلة الأولى أن السيارة الحمراء أكثر سرعة من السيارة الأخرى، لكون أن العين البشرية تركز بالدرجة الأولى على اللون الأحمر. دمج اللون الاحمر في صورك سوف يتيح لك فرصة جذب الزوار بشكل سريع، وبالتالي إيصال رسالتك لأكبر عدد من الناس في وقت قصير.

اللون الأخضر:

يعبر هذا اللون عن الأمل والحداثة، العقل البشري يربطه بالطبيعة بشكل مباشر دون أي تردد. يعتبر اللون الأخضر الأفضل على الإطلاق لنقل الهوء للآخرين، لكن الوجه السلبي في هذا الاخضر أنه لون السم، حسب السياق الذي يستخدم فيه هذا اللون فإنه قد يعبر عن شيء جيد أو سيء. لكنه على العموم يبقى اللون المميز لمحبي تصوير الحياة

البرية. حاول أن تستغل هذا اللون في التعبير عن الرسائل التي تعبر عن الحداثة وتبعث عن الأمل في الحياة والإستمرارية مهما كانت قاسية، فكل شيء في الطبيعة مثلا يموت ويعود للحياة من جديد في فصل الربيع من كل سنة، نفوس البشر تتأثر بذلك أيضًا.

اللون الأصفر:

ينقل هذا اللون للإنسان، التفاؤل، المتعة والحموضة. كما أنه يربط في الغالب مع الإضاءة، فكما تعلمنا في التعليم الأولي، كلما رسمنا مصباح أو لمبة، كنا نلونها باللون الاصفر. من هذا المنطلق فكل صورة تفتقد لهذا اللون أكيد سوف تشعر المشاهد أنها منقوصة من الإضاءة اللازمة والكافية لتضفي عليها جماليتها الكاملة. حاول أن تضيف الإضاءة المناسبة لكل صور من صورك حتى تصل لدرجة إيصال رسالتك كاملة غير منقوصة، كما أن هذا اللون سيسمح لك بإظهار المزيد من الدفئ عليها.

اللون البرتقالي:

هو اللون الوسيط بين اللون الاحمر واللون الاصفر، يحمل متعة اللون الأصفر لكنها تبدو نوعا ما غريبة، من جهة أخرى يشبه اللون الاحمر في سرعة التقاطه من قبل عين الإنسان. يعني أن العين تلقط اللون الأحمر وبعدها مباشرة اللون البرتقالي. عندما تضيف هذا اللون في صورك سوف تحصل على متعة مثالية وسرعة أكبر في التقاطها من قبل المشاهد لها. يعتبر فصل الخريف الأفضل على الإطلاق فيما يخص إضافة اللون البرتقالي على الصور، خصوصا بالنسبة لمحبي تصوير المناظر الطبيعية والحياة البرية، فتصوير الأوراق الجافة المستاقطة على الأرض لها جمالية خاصة.

اللون الأسود:

غالبا ما يعبر هذا اللون عن الإنكار فيما بين الناس، كما أنه يرمز للموت والنهاية، لكن في الجهة المقابلة فهو مميز جدًا للتعبير عن الأناقة. بصفة عامة اللون الأسود يرمز لكل ماهو مظلم، لكن مع ذلك لابد أن نحجز له مكانه الخاصة في كل صورة نقدم على إلتقاطها، بحيث من شأنه أن يضيف نوع من الجمالية والأناقة على النتيجة النهاية في

الصورة الملتقطة. إستغل هذا المعطى الإيجابي في اللون الأسود للحصول على صور مذهلة تجذب بها كل النفوس المنكسرة والمتحمسة للتمعن في خبايا وأسرار الرسالة التي تود التعبير عنها من خلالها.

اللون الأبيض:

يعتبر اللون المثالي جدًا للتعبير ونقل الشعور بالنقاء والرحابة، كما أن رمزه الأساسي هو السلام والبراءة، ويتجلى هذا في صور الأطفال الرضع التي يطغى عليها اللون الابيض في مجملها. اللون الابيض هو لون العطاء والأشياء الجميلة في الحياة، لذا لابد أن تكون له مكانة متميزة في غالبية الصور التي تسعى من خلالها إرسال رسالة نقية وبريئة. لا تحرم صورك من كل هذا النقاء والبراءة التي يمكنها أن تجذب أكبر عدد من المشاهدين، كما أن هذه الصور تترك إنطباعًا جيدًا وإيجابيًا في نفوس الآخرين[38].

الخط:

أسهل طريقة للتفكير في الخط: تصوير جانب واحد فقط من الهدف. لو كنت تنظر إلى الهدف الخاص بك من أعلاه، وترسم دائرة حوله، فأنت ترغب فقط في تصوير 180 درجة من هذه الدائرة. لن ترغب بتصوير كامل الـ 360 درجة. الخط موجود أينما ترغب بتصوره، لكن بعض الناس قد بنوا تصوراً يجعل بعض مواضع الخط أفضل من غيرها. ينشأ الناس بطبيعة الحال خطاً حيث ينظرون. من الأفضل أن تختار عادة جانب واحد من أي شخص بناء على التعريف الذي يمنحك أفضل صورة[39].

مراجع الفصل الثالث

(1) مدحت ابو النصر، **مقومات التخطيط الاستراتيجي المتميز**، القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2009) ص 20.

(2) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق**.

(3) هشام جمال الدين، **التصوير في مختلف الوسائط**، القاهرة : الهيئة المصرية للكتاب، 2017) ص 291.

(4) وائل محمد عناني وآخرون، **مرجع سابق** ص 120.

(5) سلسلة أنا ديجيتال التعليمية، **تصوير الفيديو الاحتراف**، نقلًا عن أحمد إبراهيم عطية، مرجع سابق ، ص 71.

(6) سلسلة أنا ديجيتال التعليمية، **مرجع سابق** ص 71.

(7) وائل محمد عناني وآخرون، **مرجع سابق** ص 54.

(8) هشام جمال الدين، التصوير في مختلف الوسائط، **مرجع سابق** 299.

(9) وائل محمد عناني واخرون، **مرجع سابق** ص 73.

(10) Adam Westbrook، 6*6Advice for multimedia journalist، Adam westbrook، London، 2009. p.6-7

(11) أحمد إبراهميم عطية **مرجع سابق** ص 73.

(12) Adam Westbrook،c. pt p 33.

(13) سكوت كليبي، **أسرار التصوير الرقمي**، ترجمة سامح خلف (بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، 2009) ص 130.

(14) صفاء منسوب، **فعالية برنامج مقترح لتنمية مهارات صحافة الفيديو لطلاب الإعلام التربوي**، ورقة بحثية (القاهرة :جامعة الأهرام الكندية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 2015) ص 222.

(15) راجع في ذلك **كل من:**

- صفاء منسوب، فعالية برنامج مقترح لتنمية مهارات صحافة الفيديو لطلاب الإعلام التربوى، **مرجع سابق** ص 223.

- أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق** ص 75.

- ديفيد دنكلي وأحمد منتصر، **مرجع سابق** ص22.

(16) محمد مهني، **التصوير الضوئي**، القاهرة : كلية الإعلام 2007 ص 16-17.

(17) هشام جمال الدين، **التصوير في مختلف الوسائط**، القاهرة : الهيئة المصرية للكتاب، 2017.

(18) ناجي فوزي، **الضوء بين الفن والفكر** القاهرة : المهرجان القومي السادس عشر للسينما المصرية 2010) ص 28.

(19) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق**، ص 76.

(20) يونس العزاوي، **مقدمة في منهج البحث العلمي الاردن**: دار دحلة.2008 ص 148.

(21) Erick. Gormaly. writing and producing television news، second edition-2004- library of congress p.363.

(22) صفاء زهير، **تطوير أسلوب العمل بمرحلة المونتاج تبعًا لتطور استخدامات المرحلة الرقمية الوسيطة**، بحث منشور أكاديمية الفنون، المعهد العالي للسينما، قسم المونتاج، 2010 ص22.

(23) وائل محمد عناني وآخرون، **مرجع سابق** ص 223.

(24) كين دانسايجر، **تقنيات مونتاج السينمت والفيديو**، ترجمة أحمد يوسف (القاهرة : المركز العربي للترجمة. 2011) ص 568 نقلًا عن أحمد إبراهيم عطية، مرجع سابق ص 83.

(25) كين دانسايجر، **مرجع سابق** ص 571.

(26)عبلة عاطف، **أهمية الإضاءة للتصوير** ، مقالة منشورة بموقع شفاف بتاريخ 9 ديسمبر 2018.

(27) عبلة عاطف، **مرجع سابق.**

(28) هشام جمال الدين، التصوير في مختلف الوسائط، **مرجع سابق.**

(29) هشام جمال الدين، التصوير في مختلف الوسائط، **مرجع سابق.**

(30) عبلة عاطف، **مرجع سابق.**

(31) عبلة عاطف، **مرجع سابق.**

(32) صفاء زهير، **مرجع سابق** ص 33.

(33) هشام جمال الدين، التصوير في مختلف الوسائط، **مرجع سابق** ص 122.

(34) هشام جمال الدين، التصوير في مختلف الوسائط، **مرجع سابق** ص 123.

(35) ناجي فوزي، الضوء بين الفن والفكر، **مرجع سابق** ص 30.

(36) محمد مهني ، **التصوير الضوتي، مرجع سابق** ص 29.

(37)محمد مهني، **مرجع سابق.**

(38)هشام جمال الدين، **مرجع سابق.**

(39) ناجي فوزي، **مرجع سابق.**

الفصل الرابع

عالم اليوتيوب وصحافة الفيديو

تمهيد:

امتاز العقد الأول من القرن الواحد والعشرين بدخول الحاسوب والإنترنت جميع مجالات الحياة ولا سيما في مجال التعليم، حيث وفرت مواقع الإنترنت خدمات للمعلمين والجمهور من مختلف التخصصات والطلبة من خلال تقديم محتوى تعليمي يمكن الاستفادة منه، ومن هذه الخدمات مواقع مشاركة الفيديو مثل اليوتيوب.

يسمح يوتيوب للمستخدمين بمشاهدة محتوى الفيديو ومشاركته كما يمكن للمستخدمين غير المسجلين البحث عن مقاطع الفيديو ومشاركته كما يمكن للمستخدمين المسجلين تحميل عدد غير محدود من مقاطع الفيديو.

كما تتيح معظم مقاطع الفيديو وضع تعليقات حيث يتم عرض معظم المحتوي وتحميله عن طريق الأفراد. كما توفر الخدمة محتوي منتج بشكل احترافي يشمل الافلام والبرامج التليفزيونية ومقاطع الفيديو الموسيقية الواردة من شركاء معينين من شركاء يوتيوب ومشاهدة أغلبية مقاطع الفيديو بطريقة مجانية وتدعيمها الإعلانات.

تأسس موقع اليوتيوب في الرابع عشر من فبراير 2005 علي يد كل من: جاود كريم وتشاد هيرلي وستيف شين ويعقب اطلاق الموقع تأسيس الشركة واطلاق الخدمات في ديسمبر عام 2005 وفي نوفمبر من العام التالي 2006 حقق الموقع واحدة من اكبر معدلات النمو للموقع علي شكى الإنترنت وحصد المركز الخامس كاكثر المواقع زيارة علي مستوي العالم.

وفي 17 مايو 2010 احتفل الموقع بمرور 5 سنوات علي إطلاقه معلنًا وصول عدد المشاهدات في اليومية للموقع لأكثر من مليارًا مشاهد على الأقل[1].

تعريف اليوتيوب:

ومن الممكن تعريف اليوتيوب بأنه أحد مواقع الإنترنت يعتمد على إضافة المستخدمين لمقاطع فيديو من كافة أنحاء العالم ويسمح في الوقت نفسه لأي شخص تصفح هذه المقاطع و الاستفادة منها[2].

كما تعرفه موسوعة (Encyclopedia) التابعة لمجلة الحاسوب العالمية[3] بأنه: أكثر مواقع مشاركة الفيديو شهرة، والتي تجعل بمقدور أي شخص تحميل مقاطع فيديو قصيرة، لمعاينتها بشكل خاص أو عام، ويعتبر مكاناً لتبادل أشرطة الفيديو بين الأهل والأصدقاء.

ومنذ تأسيس موقع اليوتيوب العالمي عام 2005 أصبح إحدى أكثر المواقع العالمية نمواً، وأصبح يحتل المركز الثالث في دخول مستخدمي الإنترنت إليه عالمياً وفق إحصائية موقع معلومات الويب اليكسا (alexa).

كيف يمكنك البحث في اليوتيوب:

هناك طريقتين للبحث من خلال موقع اليوتيوب، من خلال كتابة ما تبحث عنه مباشره في صندوق البحث الخاص بالموقع و تعتبر هذه الطريقة التقليدية المتعارف عليها من قبل الجميع أو من خلال قنوات مخصصة لكل مجال فعلى سبيل المثال للبحث عن الفيديوهات التعليمية يكون من خلال قناة التعليم وذلك من خلال الرابط:
http://www.youtube.com/edu.

وبعد ذلك كتابة العنوان في صندوق البحث المتخصص للبحث في الجزء التعليمي من الموقع.

خصائص موقع اليوتيوب:

حدد دوفي أبرز خصائص موقع اليوتيوب والتي يمكن إجمالها **فيما يلي**[4]:

- يضم الموقع مجموعة واسعة من محتوى الفيديو بما في ذلك الأفلام، ومقاطع تلفزيونية، وأشرطة الفيديو والموسيقى.

- يمكن للمستخدمين غير المسجلين مشاهدة معظم أشرطة الفيديو على الموقع.

- إضافة عنوان رئيس يصف الفيديو.

- يمكن إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم[5].

- احتواء الموقع على مقاطع فيديو ذات صلة بمحتوى الفيديو، حيث يستدل عليها موقع اليوتيوب من خلال عنوان مقطع الفيديو المحمل و الكلمات المستخدمة في وصفه.

- يمكن الاشتراك و التسجيل في قناة معينة لتصل رسالة إلكترونية إلى بريد المسجل في هذه القناة تخبره بجديد مقاطع الفيديو التي تم تحميلها.

كما يمكن إضافة بعض المميزات والخصائص لموقع اليوتيوب مثل سهولة الاستخدام وإضافة التعليقات وتحرير الفيديو مباشرة على الإنترنت مثل حذف أي جزء من الفيديو الأصلي باستخدام خاصية الاقتطاع و تدوير مقطع الفيديو الأصلي إلى اليمين أو اليسار وإضافة مقاطع صوتية لمقطع الفيديو وبالإضافة إلى التحكم بدرجة الصوت.

التحديات التي تواجه استخدام اليوتيوب[6]:

هناك مجموعة من التحديات التي تواجه مستخدم اليوتيوب نجملها فيما يلي:

- تفتقر الكثير من المقاطع إلى المصداقية و الدقة العلمية.

- لابد من تحديد دقيق للمحتوى المراد البحث عنه و إلا يصعب الوصول إليه في وقت مناسب.

- يحتوي الموقع على مواد إعلانية و تعليقات غير لائقة لبعض المستخدمين.

ويعتبر موقع اليوتيوب من أبرز مواقع الفيديو وهي مواقع تمثل حاوية ضخمة تستقبل تسجيلات الفيديو من الافراد وتبثها ومن الصعب في مصر والشرق الأوسط وربما العالم كله تجد مؤسسة صحفية أو إعلامية لا تعمد علي شكل من أشكال صحافة الفيدو واستخدامها علي نطاق واسع مع اختلاف أساليب العرض استجابة للتحديات الجديدة المفروضة علي صناعة الصحافة من تغير في تفضيلات القراء وانماط التعرض للمحتوي الصحفي والإخباري الذي يجعل الجمهور يميل للتعرض للمحتوي السريع الذي يحوي تفاصيل كثيرة حول الحدث وهو ما توفره صحافة الفيديو. لذا لجأت أغلب الصحف إلى اضافة جزء خاص بصحافة الفيديو إلى مواقعها الإليكتروني أو إنشاء قناة فيديوية على اليوتيوب[7].

أهم الخواص والمميزات التي يتميز بها اليوتيوب[8]:

- يتمتع باستخدام الصورة والصوت وهي أكثر تأثيرًا من النص وحده.

- يعتبر اليوتيوب الأكثر شعبيًا واستخدامًا في العالم.

- خاصية إضافة ملفات الفيديو إلى المدونات والشبكات الاجتماعية الكبرى والمواقع لتتم مشاهدتها بشكل فوري.

- دخول الفضائيات مجال المنافسة أضاف بعدًا إعلاميًا آخر يمكن الاستفادة منه في زيادة تأثير اليوتيوب في الرأ ي العام.

- المشاركة والتفاعلية العالمية في اليوتيوب والغاء حاجز اللغة.

- تصنيف ملفات الفيديو إلى خاصة وعامة وتحديد صلاحيات مشاهدتها.

- هناك خاصية الالتقاط السريع والتي تمكن أي مستخدم يملك كاميرا ويب من تسجيل ملفات الفيديو التي يرغب بمشاركتها إلى خوادم المواقع مباشرة دون المرور بجهازه الشخصي.

الإجراءات المطلوبة لإنشاء قناة لصحافة الفيديو على اليوتيوب:

هناك مجموعة من الإجرات المتبعة لإنشاء قناة علي اليوتيوب يمكن لأي مواطن القيام بها وليس صحفي أو إعلامي فقط وهي:

- موقع يستضيف خدمات البث وحساب في هذا الموقع ليتم البث من خلاله.

- جهاز حاسب آلي له مواصفات تقنية عالية.

- كاميرا ويب ذات مواصفات تقنية وميكرفون له صوت نقي.

- طابعة لاستخدامها في طبع المادة الخاصة بالبرنامج.

- خدمة الإنترنت ذات سرعة تسهل البث مع مراعاة اخذ الاحتياطات اللازمة عند انقطاع الكهرباء كاستعمال جهاز حاسب شخصي يعمل بالبطارية إضافة إلى استعمال نظام الإنترنت "يو اس بي ".

- التأكد من وجود خلفية جيدة وإضاءة جيدة لوضوح الصورة[٩].

الإعلانات على يوتيوب:

- عندما تشاهد أي فيديو على يوتيوب تظهر لك ثلاث نوعيات من الإعلانات؛ الأولى إعلانات فيديو تظهر في بداية أو خلال الفيديو الذي تشاهده، وهي إعلانات قابلة للتخطي بعد 5 ثوانٍ من عرضها.

- والنوعية الثانية هي الإعلانات الكتابية التي تظهر داخل مربع الفيديو بالأسفل، والثالثة إعلانات تظهر على يمين الفيديو. وهذه الإعلانات مدفوعة من قبل الشركات المُعلنة حتى يراها الجمهور، وينال يوتيوب مكسبه منها، ومن ثم يمنح كل صانع فيديو نصيبًا من الربح على الإعلانات التي ظهرت خلال عرض المحتوى الخاص به.

- ولأن يوتيوب يستقبل يوميًا ملايين الفيديوهات الجديدة، ومليارات المشاهدين من كافة أنحاء العالم، فالإعلانات وأرباحها تخضع لعملية معقدة أشبه بالمزادات.

- فالمعلن يختار النطاق الجغرافي الذي يود عرض إعلانه فيه، ومواصفات المشاهد الذي يود عرض المنتج عليه، وعدة خيارات أخرى، ومن ثم يعمل يوتيوب تلقائيًا على عرض هذه الإعلانات على أكثر الفيديوهات والمشاهدين المناسبين لمواصفات المعلن.

- ولكن ماذا إذا كان المحتوى يناسب عدة إعلانات مختلفة؟

- هنا يأتي المزاد، حيث يختار يوتيوب أكثر الإعلانات ربحًا للموقع وبالتبعية لصانع المحتوى، وكلما زاد الطلب على المحتوى والجمهور المشاهد لهذا المحتوى، كلما ارتفعت أسعار الإعلانات وتربح صانع المحتوى أكثر، والمعلنون يرفعون من أسعار إعلاناتهم حتى يضمنوا الظهور للجمهور الأفضل.

- وأخيرًا يظهر الإعلان على الفيديو المناسب، ولكن الرحلة لا تنتهي هنا، فالغرض من الإعلان ليس الظهور فقط، بل الغرض الرئيسي هو ضغط المشاهد على الرابط في الإعلان، ليدخل موقع المعلن، أو يحمّل تطبيق هاتف جديد، أو يشترك في خدمة، أو يشتري منتجًا، أو أيًا كان.

– ولذا إذا تجاهل المشاهد الإعلان وضغط «تخطي»، أو لم ينتبه إلى الإعلان الذي ظهر أمامه ولم يضغط على الرابط، تختلف الأرباح. فبعض الإعلانات لا تدفع إلا عمن ضغط على الرابط، أو من شاهد الفيديو كاملاً، وهو ما يجعل العملية الحسابية معقدة وخاضعة لعناصر كثيرة[10].

أفضل 4 منصات للفيديو تشبه "يوتيوب":

صناعة الفيديو ستغزو العالم الرقمي، فوفقا لأحدث التقارير التي صدرت عن شبكة بحلول عام 2020 سيمثل استخدام محتوى الفيديو حوالي 82% من حركة الإنترنت، وفي هذه المقالة سنوضح أهم منصات الفيديو بخلاف يوتيوب.

1– Vimeo

هو موقع يتيح للمستخدم رفع ملفات الفيديو ومشاركتها أو حتى استخدامها في مواقع الاتصال الاجتماعية، تم تأسيس الموقع في نوفمبر 2004 عن طريق زاك كلاين وجيك لودويك.

ويعتبر "فيميو" مجتمع من هواة السينما، كما أنه يحصل من 70 مليون زائر فريد كل شهر، فهو عبارة عن شبكة من الناس الذين يهتمون حقا في نوعية الفيلم.

كما إنه يتميز بواجهة الأنيقة والمنظمة، فمساحة الفيديو هي أكبر وهناك فوضى محدودة حول إطار الفيديو، لذلك ستشعر حقا بالتركيز بشكل أساسي على الفيديو، ولا شيء غير ذلك.

ومن أهم مميزات فيميو، أنه يمكنك أن تحمى الفيديو الخاص بك برقم سري فلا يستطيع أحد مشاهدته بدون ذلك الرقم السري، كما إنه لايحتوي على إعلانات تجارية.

2- Wistia

هو موقع استضافة مقاطع فيديو، تم تأسيسه في إبريل عام 2006، على يد خريجي جامعة براون كلا من كريس سافاج و بريندان شوارتز، وكان الهدف منه مساعدة صانعي الأفلام في نشر محتوياتهم عن بعد.

يقدم الموقع خدماته لأصحاب الأعمال، وكذلك المستخدم العادي، تحتوي على أداة رائعة و مفيدة للغاية تسمى بخرائط حرارة المشاهدة، والتي تبين على وجه الدقة أين شاهد المشاهدين، توقف، تخطي إلى الأمام، أو رجع للمشاهدة مرة أخرى.

يمكن للمستخدمين أيضًا استخدام على منصة ويستيا.

اكتشاف من طبيعة الجمهور الأكثر تفاعلا مع الفيديو، وعرض الرسوم البيانية التي توضح ذلك.

3- إكبس

أول موقع عربي متخصص في مشاركة الفيديو وكذلك الصور. اطلق سنة 2006. يمكن للمستخدمين تحميل ومشاهدة ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو وتقييم المحتويات سواء صور أو أفلام.

فهو يتيح مشاركة الملفات ونشرها في مدونتك أو موقعك الخاص، ويتميز ببنيته المعتدة على الوسوم وتشغيل المقاطع الفديوية بنمط فيديو الويب أو كما متعارف نسق، كما يمكن البحث بوسوم او تقسيم ملفات المشاركة لقائمة الاصدقاء والاقارب وغيرها، ويعد هذا الموقع هو أول موقع عربي لمشاركة أفلام الفيديو والصور على الإنترنت.

ويتميز بواجهة سهلة الاستخدام وثنائية اللغة (العربية والإنجليزية) والهوية العربية الملفتة ستصبح إكبس المحطة الأولى لمستخدمي الإنترنت في المنطقة الذين يريدون حفظ وتنظيم ومشاركة الأفلام والصور والحديث عنها.

4- Dailymotion

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني. في نوفمبر 2012 احتل الموقع المرتبة 31 لأكثر المواقع زيارة في العالم بحجم زائرين يصل إلى 116 مليون زائر في الشهر.

بدأ الموقع من غرفة معيشة شقة سكنية في باريس، حيث قام كلا من بنجامين بيجابم و أوليفر بوتريه بإطلاق البذرة الأولى للموقع في عام 2005، واستمر بالنمو حتى الآن.

تتوفر اللغات أكثر من 36 لغة في كل بلد يتكلم بلغة البلدان، وكان من بينها اللغة العربية، كما يتميز بواجهة سهلة وجذابة، ويسهل تحميلات مقاطع الفيديو من خلاله، أيضًا يتميز بسهولة البحث عن المقاطع من خلاله[11].

أكثر 10 فيديوهات مشاهدة على موقع يوتيوب في الوطن العربي 2017..!

منذ نشأة موقع اليوتيوب وهو يحتوي على الكثير من الفيديوهات، البعض منهم وصلت نسبة مشاهدته مئات والبعض الآخر الملايين، وبعد مرور بضعة سنوات وصلت نسبة مشاهدتهم إلى مليارات. لكن في يومنا الحالى نرى منافسة قوية بين الفيديوهات تصل فيها نسبة المشاهدة إلى المليار أو اثنين بوقت قصير، وقد رأينا مُسبقاً فيديو القطط والأطفال الكوميدية. فلنرى سويًا بذلك الفيديو الفيديوهات الأكثر مشاهدة على موقع يوتيوب.

وترسم هذه الفيديوهات صورة واضحة عن المحتوى الذي نجح في لفت انتباه المستخدمين لدرجة أن يتم تداوله بكثرة وبسرعة، بحسب البيان الذي حصل عليه مصراوي.

وتصدر محمد مشيع، صاحب أكبر قناة عربية للمحتوى العائلي، القائمة من خلال فيديو يجمع العديد من مغامراته مع أطفاله الثلاث.

تتضمن اللائحة أغاني عدد من الفنانين من مختلف أنحاء العالم العربي وتصدر القائمة فرقة خمسة أضواء من السعودية، ثم سعد المجرد من المغرب، وصولاً إلى النجمة يسرا والفنان أبو من مصر.

وقالت يوتيوب إنها شهدت نموا هذا العام ليس فقط من ناحية عدد المشتركين في القنوات لكن أيضًا في جودة وتنويع المحتوى الذي أكدت أنه ارتفع بنسبة ٨٠٪ مقارنة بالعام السابق له[12].

وهذه الفيديوهات هي:

1- جميع سكتشات مشيع - الجزء 3 على قناة محمد مشيع.

2- سوار شعيب - جيل الأيباد على قناة سوار شعيب.

3- الأمهات في رمضان على قناة شادي سرور.

4- دحومي999 ودانية - كاشف الكذب على قناة دحومي999.

5- الزواج وغش المكياج على قناة نور ستارز.

6- قلبنا المسبح ثلج!!! على قناة سعودي ريبورترز.

7- لقيت توأمي في ألمانيا على قناة ليلى مراد.

8- كيف أحدد الكمية التي أحتاجها يومياً من الطعام باستخدام قبضة اليد على قناة سوبر ماما.

9- ماسك الذهب 24 قيراط - نمدحو أو نشرشحو على قناة إسوارة.

10- فيحان خرب سيارتي الجديدة على قناة علي الحمودي.

-الاغاني التي تصدرت على يوتيوب في الوطن العربي عام 2017 وهي:

خمسة أضواء – صه.

سعد لمجرد LET GO

نصر البحار- ما رد إلى

أيمن سرحاني Nebghi Djini Bsurvet

كايروكي مع النجم طارق الشيخ - الكيف

اسماالمنور - عندو الزين

أبو ويسرا - ثلاث دقات

دايلر - صامولي

إليسا - عكس اللي شايفينها

الله شاهد - غناء فريق تامر حسني[12].

مراجع الفصل الرابع

1- Adam، Anna & Mowers, Helen. (2007).YouTube comes to the Classroom،School Library journal, 01/01/2007.

2- Bloxx.(2010).Allowing Safe Access to YouTube in the class room, Bloxx Nosense magazine.

3- Burke, Sloane& Snyder, shonna.(2008): YOUTUBE : An Innovative Learning Resource for college Health Education Courses،International Electronic Journal of Health Education,VOL.11،PP.39-46.

4- Clearance Center.(2009).Video Use and Higher Education :Options for the future،report: Clearance Center and conducted by Intelligent Television with the cooperation of New YORK UNIVERSITY, JUNE 2009.

5- Duffy, P.(2008):Engaging the YouTube Google –Eyed generation : Strategies for Using Web 2.0 in Teaching and Learning,The Electronic Journal of E-learning,VOL 6،NO 2،PP119-130.

6- أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق** ص 98.

7- غادة اليماني، **مرجع سابق** ص 180.

8- أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق** ص 99.

9- عادة يماني، **مرجع سابق** ص 189.

10- أحمد نوح، **أرباح يوتيوب في مصر: أساطير الثراء بين ليلة وضحاها**، مقال منشور في جريدة الشرق الاوسط يوم 26-4-2017.

11- شرين جمال، **أفضل 4 منصات للفيديو تشبه "يوتيوب"**، مقالة منشورة بجريدة أخبار الاندرويد، 19-6-2016.

12- شيماء شلبي، **يوتيوب يكشف عن الفيديوهات الأكثر مشاهدة في الوطن العربي خلال 2017**، موقع مصراوي منشور يوم 6 ديسمبر 2017.

الفصل الخامس

فنون التحرير الصحفي وصحافة الفيديو

تمهيد:

فنون التحرير الصحفي بمعناها كما في معاجم اللغة إلى أن "تحرير الشيء" أي كتابته، ومعنى التحرير أي الكتابة، ويقولون تحرير صحفى يعنى الكتابة فى الصحفية، والمعنى فن الكتابة للصحف، حيث أنه باستطاعة أى إنسان أن يكتب ويحرر موضوعات، ولكن ليس كل ما تم تحريره أو كتابته يصلح للعمل الصحفى. وفي الغالب بعملية التحرير الصحفي مجموعة من الصحفيين والمحررين كفريق عمل[1].

ومن هنا يمكن تعريف التحرير الصحفى على أنه[2]:

فن نقل الوقائع والأحداث المهمة على صفحات الجريدة، حيث لا ترصد الصحف إلا كل ما هو مهم ومثير ويترجم الأحداث اليومية بصورة أقرب إلى الموضوعية، على الرغم من أن الموضوعية تعد من القيم النسبية فى الكتابة للصحف والمجلات، فليست فى تحرير الصحف أخبار أو موضوعات يتم تحريرها بموضوعية كاملة، دون حذف أو إضافة بعيداً عن تدخلات المحرر الصحفى نفسه، أو رئيس القسم المباشر

التابع له المحرر الصحفى، أو حتى السياسة التحريرية والتى تمثل مجموعة المبادىء والقيم والقوانين والتشريعات التى تحكم عملية الكتابة لكل العاملين بالصحيفة بما فيهم رئيس التحرير نفسه، وُكتاب المقالات الذين تستعين بهم الصحيفة ضمن أبوابها المختلفة.

وعلى هذا فإن علم التحرير الصحفى يقوم أساساً على فن صناعة الكلمة والقدرة على صياغتها واختيار أفضل الكلمات والألفاظ الأقرب إلى التعبير الصحيح عن الحدث أو الواقعة التى يرصدها المحرر الصحفى.

وبالتالى فإن الكلمة التى نصف بها قطة غير الكلمة التى نصف بها أسد، كما أن الكلمة التى تنقل وقائع مباراة لكرة القدم من ملعب رياضى بالقاهرة.

غير الكلمة التى تنقل وقائع حريق قطار، أو إنهيار عمارة سكنية، أو غرق سفينة ركاب فى البحر، أو سقوط طائرة بكل من فيها فى المحيط[3].

وفيما يلي سوف نعرض بعض الفنون التحرير وطريقة استخدامها في صحافة الفيديو.

الخبر الصحفي وصحافة الفيديو:

رغم أن الخبر هو الخبر، والمعلومة بكل تفاصيلها تتناولها كل الصحف وتضعها ضمن أولويات النشر لديها، إلا أن صياغة المعلومة ذاتها قد يختلف من صحيفة لأخرى، كما يختلف من محرر لآخر وفى الصحيفة الواحدة ؛ وبالتالى فالقيم التى يحملها الخبر أو المعلومة الجديدة يعاد ترتيب ألفاظها ومضمونها لتتفق مع سياسة تحرير كل صحيفة من الصحف التي فى طريقها لنشر الحدث أو الواقعة أو المعلومة.

كما أن قيم الخبر ذاته قد يختلف من وسيلة لأخرى، فالإذاعة مثلاً لابد أن يرتكز تفوقها فى عملها ونقلها للأحداث والوقائع على دقة تحرير مادتها الإعلامية قبل إذاعتها، حيث يقوم المذيع قبل الحديث أمام الميكرفون بإعداد النص وتجهيزه والتأكد من مخارج الحروف والألفاظ لديه حتى يتأكد من سلامة النطق الجيد قبل إذاعتها على الجمهور بلا أخطاء[4].

أما تحرير الخبر التليفزيونى فيكاد يختلف حيث أنه وعلى الرغم من قيمة الحدث أو المعلومة وسرعة نقلها للجمهور فى التو واللحظة، إلا أن الجانب المصور يصبح هو المهم مع المادة التحريرية المعبرة عن الحدث أو الواقعة، حيث يغلب الجانب المصور على الجانب التحريرى، وبالتالى فالمذيع التليفزيونى يميل إلى اختيار الكلمات التى تعطى المضمون بسرعة، حيث يتم اختصار كلمات الحدث ليكون دور الكاميرا هو المهم، فالجمهور الذى عرف بغرق العبارة المصرية بالبحر الأحمر لا يحتاج إلى كلمات تعبيراً عن الحدث بأكثر ما هو فى حاجة إلى رؤية ما يتم من عمليات إنقاذ لركاب العبارة الذين تم انتشالهم قبل أن تلتهمهم الأسماك المتوحشة بالبحر، وذلك وفق الرؤية التى تؤكد أن الصورة قد تعوض القارئ عن الكثير من الكلمات والمعانى، هذا بالنسبة للصورة الصماء، فما هو الحال لو كانت الصورة متحركة وتدور الكاميرا فى جوانب المكان لتنقل بكل التفاصيل ما يحدث دون حجب للمعلومات المتداولة عن الحدث ذاته. وعلى هذا فإن تحرير المادة الصحفية تكاد تكون مختلفة من وسيلة إعلامية لأخرى، وذلك وفق ما تتسم به كل وسيلة عن أخرياتها من إمكانيات وخصائص حيث تقوم كل وسيلة بإبراز أفضل عناصرها لنقل الأحداث والوقائع للجمهور الذى ينتظر الجديد عن الحدث، وإن

كان الكل قد يتفق على أن الحدث نفسه لابد وأن يكون مهمًا ومثيرًا ويستحوذ على اهتمام الجمهور عند نشره، أو إذاعته، أو رؤيته تليفزيونيًا[5].

ومن هنا يصبح الخبر هو المعلومة الجديدة التى لن يعرفها القراء أو الجمهور من قبل والرغبة فى الإحاطة الكاملة بكل تفاصيلها، ونظراً لما للكلمات من تأثيرات مختلفة وبما تثيره من معانى ومفاهيم متباينة.

وتتميز صحافة الفيديو في إيصال الخبر عن الصحافة التقليدية فلا عن نقاط القوة والسرعة النسبية في صحافة الفيديو وإتاحة الفرصة للمواكبة اللحظية لإنتاج مقطع تليفزيوني وسرد القصة الصحفية من منظور ات مختلفة كما يعتبر وسيلة من وسائل الاتصال التي تتوافر فيها جميع مميزات تأثير الاتصال الجماهيري والشخصي معًا. وتتبع أساليب التعليم والتدريب واكتساب المهرات بالمشاهدة والقول والفعل ومن ثم تسد الفجوة الكبيرة بين المعرفة والتنفيذ أو التطبيق مما يتيح فرصة أفضل للأداء والمشاركة في الواقع[6].

الحوار الصحفي وصحافة الفيديو:

الحوار الصحفي هو شكل من أشكال التحرير الصحفي الذي يسعي فيه المحرر إلى بعض الأشخاص للحصول على أفكارهم وارائهم أو عرض معلومات يملكون تفاصيلها أو لالقاء الضوء علي شخياتهم وسماتهم وتفوقهم العلمي والديني على سبيل المثال. وقد اصبح الصحفي الجديد في عصر السوشيال ميديا يقوم بتحرير وسيلة إعلامية واحدة ويفكر بطريقة واحدة إذ تولى تحرير الاصول الصحفية وكتابة العناوين وتصميم وإخراج الصفحات وإعدادها لأكثر من وسيلة إعلامية في نفس الوقت، سيكون على المحرر أن يحرر نسخة من الموضوع للصحيفة الورقية ثم يعيد تكييفها في صورة نسخة إلكترونية باضافة لقطات الفيديو والمقاطع السمعية اليها لتكون جاهزة للعمل ثم ينتج منها نسخة رقمية اخري تصلح للموقع الإلكتروني(7).

والصحافة الفيديو فيما يتعلق بالحوار الصحفي فهي تعد أكثر ثراء في ايصال الخبر من الصحافة التقليدية فضلًا عن دورها في إنشاء علاقة وطيدة وقوية بين الصحفي وغيره. وتزيل في الوقت نفسه التباعد بين المرسل والجمهور المتلقي فضلًا عن كون كاميرا الفيديو الصغيرة قادرة علي إنتاج صورة أفضل من الكاميرا التصوير الكبيرة(8).

التحقيق الصحفي وصحافة الفيديو:

التحقيق الصحفي هو عبارة عن مناقشة قضية من القضايا المجتمعية المثارة من كافة النواحي بالاستعانة بخبراء ومتخصصين في القضية. وهي تجمع بين الخبر والحوار الصحفي في وقت واحد وتقوم فكرته على التقاط الصحفي لفكرة أو قضية أو خبر من المجتمع الذي يعيش فيه ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات ومعلومات واراء تتعلق بالموضوع ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحًا لعلاج المشكلة أو القضية التي يطرحها التحقيق[9].

وفي صحافة الفيديو نجد أنها حرصت في عمل التحقيق الصحفي علي توفير معظم هذا الجهد والوقت معا فما علي الصحفي سوي التجهيز والإعداد للموضوع جيدًا ثم إعداد أدوات التصوير والتسجيل الخاصة بصحفي الفيديو والتسجيل مع جميع أطراف القضية لتحقيق الموضوعية في الطرح والتحقيق وعمل المونتاج علي هذه التسجيلات ليكون بذلك أجري تحقيقًا صحفيًا متكامل الاركان دون الحاجة إلى مصور أو مساعد.

كما أن التحقيق الصحفي عبر صحافة الفيديو أضفي على موضوعه المصداقية الكبيرة لأن الجمهور أصبح يرى الحوار في الفيديو بين الصحفي وأطراف الحوار من الضيوف والخبراء والمتخصصين بالصوت والصورة مما يجعله غير قابل للتشكيك في مصداقية المعلومات بل أنه أصبح يمكنه المشاركة في التحقيق إذا كان الفيديو مباشر على النت.

التقرير الصحفي وصحافة الفيديو:

يعد التقرير الصحفي من فنون التحرير الصحفي الهامة وضرورية لإنجاح العمل الصحفي برمته. وهو شكل صحفي يقع في مرحلة وسطي بين الخبر السريع القصير والتحقيق الصحفي (الاستقصاء) ويقدم التقرير مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها فهو لا يكتفي بالوصف الموضوعي والمنطقي للأحداث بل يعمل علي إبراز الآراء الشخصية[10].

ويجمع التقرير بين مزايا كل من الخبر والحوار والتحقيق والمقال لأنه بيقدم في شكل موجز وغير مخل ويحتوي على الحقائق ويتضمن التحليل وعرض مختلف الاحتمالات[11].

ولقد استفاد التقرير الصحفي كثيرًا من صحافة الفيديو من خلال التقارير التليفزيونية التي أصبحت تحتل مكانة مهمة لدي عدد كبير من مشاهدي التليفزيون وهذا ما عملت صحافة الفيديو على توفيره في فن التقارير الصحفية.

فقد أصبح التقرير الصحفي يتم تنفيذه بالصورة والصوت والاضاءة الجيدة ومن ثم يحمل التعليق الذي يريد ان يقدمه الصحفي للجمهور المشاهد والمتلقي وبجودة تصوير عالية وصورة ومتاحًا دائمًا علي اليوتيوب حتي ينافس التقارير التليفزيونية التي كانت تميز التليفزيون عن غيره من وسائل الإعلام المسموعة والمقرءوة لكن اصبحت صحافة الفيديو تقدم نفس الفن وبنفس الجودة وبسرعة أكبر من خلال نشره على الإنترنت دون التقييد بمواعيد إذاعة معينة.

بالاضافة إلى أن الفيديو يصل إلى عدد كبير جدًا يفوق متابعي شاشات التليفزيون.

ويمكن للمتصفح أن يشاهده وقتما يشاء لأنه يظل متاحًا علي شبكة الإنترنت ويم تشيره علي وسائل التواصل الاجتماعي والسوشيال ميديا. كما يمكن لأي فرد الاحتفاظ بها علي الهارد ديسك الخاص به لي جهازه الشخصي اللاب توب أو الكمبيوتر ليشاهده وقتما يشاء دون تكلفة تذكر[12].

ومن ثم نقول بان صحافة الفيديو بامكانياتها البسيطة قد تفوقت علي التليفزيون في اذاعة التقارير الصحفية الخاصة بالندوات والمؤتمرات واللقاءات المختلفة بشكل لا يحتاج إلى إمكانات وجهد كبير الذي يبذله الفريق التليفزيوني الكامل فهي تحتاج فقط إلى شخصًا واحد وهو صحفي الفيديو يملك كاميرا عالية الجودة ومهارات صحفية ممتازة ليقوم بعمل التقرير المناسب في وقت أقل وبتكلفة اقل وجهد أقل بكثير مما يبذله مصوروا التليفزيون.

تصنيف مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية:

صنف البعض مقاطع الفيديو علي الصحف الالكترونية بشكل أساسي إلى قسمين وهما:

- مقاطع فيديو من إنتاج الصحيفة الإلكترونية:

وهي تشمل علي كافة المقاطع التي تم تصويرها بواسطة الصحفيين العاملين في المواقع، سواء كانت مقاطع تم التقاطها من موقع الحدث او تقارير تم اعدادها.

- مقاطع فيديو ليست من إنتاج الصحيفة:

وهي تشتمل علي كافة مقاطع الفيديو التي لم تساهم الصحيفة في إنتاجها، لكنها قامت بإعادة نشرها نظرًا لإدراك القائمين علي الموقع باهميتها لدي الجمهور واحتوائها علي قيم اخبارية عديدة كالجدة والطرافة والإثارة[13].

كما أن المواقع الإلكترونية لا تتردد في الغالب في نشر أي موقع فيديو لاقي جماهيرية بغض النظر عن التقاطه، فبذلك تزداد أعداد المقبلين علي الموقع وهو ما تتسابق فيه المواقع لجذب العديد من المتصفحين.

توظيف البوابات الإلكترونية لصحافة الفيديو:

كما أن توظيف البوابات الإلكترونية للمقاطع الفيديو يتمثل في الآتي[14]:

- مقاطع الفيديو الإخبارية مثل التي تقدمها وسائل الإعلام ووكالات الأنباء.

- مقاطع الفيديو المتضمنة: وهي المقاطع التي يتم إرفاقها مع النص من أجل إضفاء مزيد من الايضاح للقصة الخبرية.

- مقاطع فيديو توضيحية: وهي التي تتضمن تعليقا صوتيا او تستعين برسوم بيانية وجرافيك لتوضيح المحتوي.

- مقاطع الفيديو الإرشادية: وهي التي تقدم ارشادات كالتي تستعين بها المجلات.

- مدونات الفيديو: وهي التي تتضمن أشخاصًا يشاركون خبراتهم وأفكارهم.

- مقاطع البث المباشر: وهي المقاطع التي تتضمن بثًا مباشرًا للأحداث لحظة وقوعها[15].

وهناك عوامل ساهمت في توظيف البوابات الإلكترونية لمقاطع الفيديو وهي[16]:

- **تطور سرعة الإنترنت:** وهذا ما ساعد علي زيادة إقبال الجمهور علي المواقع الإلكترونية بسبب ارتفاع جودة وتصفح مواد الفيديو عليها.

- **النجاح الكبير الذي حققه موقع مشاركة الفيديو "يوتيوب":** مما يساعد توصيل الخبر بوضوح وعمق أكبر ولعل اسلوب مقاطع الفيديو التي انتشرت علي موقع "يوتيوب" والتي تعتمد على أن يكون لقطات قصيرة وحادة وصادمة تركز علي بؤرة الحدث، قد شجعت المواقع الإخبارية علي تبني هذا النمط من المواقع وتطوير قواعد لتوظيف لقطات الفيديو في البناء الفني للقصة الإخبارية.

- **قلة تكلفة الإنتاج:** وهو ما يساعد على إنتاج العديد من مقاطع الفيديو بسبب التطورات التكنولوجية التي أتاحت إمكانية تصغير حجم ملفات الفيديو مع الاحتفاظ بالجودة العالية، فتضاءل الفارق بين المؤسسات الإعلامية الكبري التي تمتلك أحدث الأدوات الإنتاجية وبين المواقع الإخبارية ضعيفة الإمكانيات المادية وأصبحت هذه المواقع قادرة على أن تصل إلى أكبر عدد من الجمهور إذا قامت بتوظيف فريق عمل للإعلان والدعاية[17].

العائد المادي من قنوات الفيديو على اليوتيوب:

العائد المادي الذي يعود على المؤسسة أو الشخص من قنوات الفيديو علي اليوتيوب:

وهو ما يجعل هناك حافز كبير من قبل العديد من المؤسسات الصحفية وغيرها على إنشاء قنوات علي موقع "يوتيوب" لرفع مقاطع فيديو تحقق مشاهدات عالية مقابل الربح المادي.

علي سبيل المثال حصل شاب يدعي "جاريد فرانك" عام 2014 علي مبلغ 250 الف دولار قابلة للزيادة مقابل مقطع فيديو لم يتجاوز ثلاثين ثانية حقق ملايين المشاهدات[18]. وإذا كان بامكان الاشخاص الطبيعيين الربح والمكسب فإن المؤسسات الإعلامية والقنوات التي تمتلك جمهورًا واسعًا شغوفًا بمشاهدة الفيديو أولى بتحقيق الربح[19].

الصراع بين الـ"يوتيوب" والـ"فيسبوك" على مقاطع صحافة الفيديو[20]:

النجاح الذي حققه اليوتيوب في رفع ومشاركة ملفات الفيديوهات يلقي تهديدًا كبيرًا من قبل موقع الفيسبوك الذي يعد الموقع الاكثر شعبية في مواقع التواصل الإجتماعي، فيحرص الفيسبوك علي أن تبقي في الصدارة وذلك بتقديم تحديثات بشكل دوري لمستخدميه، ليجمع كل ميزات المواقع الاجتماعية الأخرى.

من جانب آخر اعلنت غرفة الأخبار الخاصة بموقع الفيسبوك أن عدد مشاهدات مقاطع الفيديو اليومية قد تخطي ميار مشاهدة يوميًا ابتداءا من يونيو 2014 وهو ما دفع الموقع لإضافة خدمات لم تكن متاحة من قبل مثل معرفة عدد مشاهدات الفيديو، ثم قامت باضافة ميزة تظهر بعد انتهاء الفيديو، وهي "مقاطع الفيديو مقترحة" والتي تضم اكثر المقاطع شعبية.

وفي عام 2015 زادت معدلات مشاهدة مقاطع الفيديو علي فيسبوك بنسبة 75% ليصل إلى 8 مليارات مشاهدة يومية. كما تم نشر اكثر من 1.5 مليون فيديو مصغر (أو إعلان) على الفيسبوك في سبتمبر 2015.

وفي عام 2016 اتاح موقع الفيسبوك خاصية البث المباشر في ابريل 2016 لكافة المستخدمين بعد أن كانت متاحة لعدد محدد من المستخدمين فاصبح بامكان مستخدمي فيسبوك من بث مقاطع الفيديو الحية للاصدقاء وتلقي تعليقاتهم مباشرة اثناء البث ويتحول البث المباشر إلى مقطع فيديو عادي عقب انتهائه[21].

وفي اغسطس 2017 اعلن موقع فيسبوك أنه بصدد إطلاق منصة "ووتش " للمنافسة في سوق التسجيلات الفيديو بجودة انتاج عالية. ويسعي فيسبوك لجذب صناع المحتوي للمشاركة في هذه المنصة من خلال اتاحة الفرصة لهم لبث محتواهم ومشاركة الأرباح معهم بنسبة 55% للصناع والمشاركين والناشرين.

كما تتجه الصحافة في هذا الصدد إلى استخدام تقنية الواقع الافتراضي لبناء تجربة جديدة في صناعة الأخبار لجعل الناس تشعر وكأنها في موقع الحدث، بواسطة الصوت

والصورة والصورة ثلاثية الابعاد والرسوم لانتاج مواقف حياتية تشد من تفاعلها معها وتدخله في عالمها باستخدام الشاشة وجهاز العرض المثبت الذي يري الشخص من خلال الصورة المولدة من الكمبيوتر وقفاز يمكن المستخدم من لمس او مسك الاجسام التخيلية.

كما اطلقت صحيفة نيويورك تايمز تطبيقًا جديدًا على الهواتف الذكية ونظارات جوجل يتيح لزوراها مشاهدة فيديوهات الواقع الافتراضي الخاص بها في إطار مشروعها الجديد المسمى بـ"الواقع الافتراضي لنيويورك تايمز" وتسمح هذه التقنيات بمشاهدة مواد فيلمية علي هواتفهم الذكية وعرضت الصحيفة فيلمها الأول الذي يستخدم هذه التقنية تحت عنوان "المهجرون" حيث تم استخدام هذه التقنية في تسليط الضوء على الأزمات الانسانية فقوة الواقع الافتراضي تكمن في منح المشاهد شعورًا فريدًا من التعاطف مع الناس في الأزمات[22].

مراجع الفصل الخامس

(1) فتحي حسين عامر، **مدخل إلى الصحافة**، القاهرة : دار الإيمان للطباعة، 2011 ص 81.

(2) هالة بغدادي، **الصحفيون التليفزيونيون الإخباريون** – القواعد والقيود القاهرة: المكتب الجامعي الحديث، 2011.

(3) فتحي حسين عامر، مدخل إلى الصحافة، **مرجع سابق** ص193.

(4) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق** ص 63.

(5) فتحي حسين عامر، **مرجع سابق** ص 87.

(6)فتحي حسين عامر، مدخل إلى الصحافة **مرجع سابق** ص90.

(7) فاروق ابو زيد، **فن الكتابة الصحفية**، القاهرة : عالم الكتب، ط4 1990ص 136.

(8) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق** ص 64.

(9) ديفيد ونكلي وأحمد منتصر، **مرجع سابق.**

(10) حسنين شفيق، أساسيات وتقنيات الفيديو، **مرجع سابق.**

(11) إيمان الغريب، **مرجع سابق** ص 68.

(12) إيمان الغريب، **مرجع سابق** ص 70.

(13) هناء قاسمي، ياسمين دوبابي، نور الحسن بو حصان، **استخدام الفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية**، رسالة ماجستير (كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم الإعلام، 2016) ص 120.

(14) إيمان الغريب، **مرجع سابق**.

(15) هناء قاسمي، ياسمين دوباي، نور الحسن بو حصان، **مرجع سابق**، ص 122.

(16) إيمان الغريب، **مرجع سابق**.

(17) Paul Bradshow & Liisa Rohumaa، "The Online Journalism Handbook: Skills To Survive And Digital Age" Routledge، 2nd Edition ،2013. Available

(18) إيمان محمد الغريب، **مرجع سابق** ص 68.

(19) هناء قاسمي، ياسمين دوباي، نور الحسن بو حصان، **مرجع سابق**، ص 122.

(20) حسنين شفيق، أساسيات وتقنيات الفيديو، **مرجع سابق**.

(21) إيمان الغريب، **مرجع سابق**، ص 69.

(22) إيمان الغريب. **مرجع سابق**، ص 71.

الفصل السادس

المشكلات التي تواجه صحافة الفيديو

تمهيد:

بعد التطور الكبير الذى شهده الوسط الصحفى على مستوى شبكة الإنترنت وانتشار البوابات والتطبيقات الإخبارية على أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية، شهدت صحافة الفيديو اهتماما واسعا من قبل معظم المؤسسات الصحفية فى مصر، والتي خصصت أقسامًا تضم عشرات بل مئات الصحفيين.

ويعد الإعلام المرئى أول من استخدم صحافة الفيديو فى الستينيات من القرن العشرين فى الولايات المتحدة الأمريكية، حين كان المحررون يقومون بكتابة وتصوير القصص الصحفية الخاصة بهم، وفى بدايات التسعينيات كانت قناة نيويورك الأولى أول من قام بتعيين صحفيى فيديو، قبل أن تتبع المحطات الخاصة فى ألمانيا نفس النمط فى منتصف التسعينيات، ثم بدأت المحطات الكبرى فى معظم دول العالم الاعتماد عليها[1].

ولكن هناك العديد من المشكلات التي تعاني منها صحافة الفيديو ومن أبرزها[2]:

- التسرع ف نشر أو تحميل هذا النوع من الصحافة "صحافة الفيديو" دون تدقيق أو متابعة للحصول علي السبق والسرعة في العرض، حتى أصبح بعضها يمثل ملاحقة للأشخاص دون التأكد أو ضبط المضمون الإعلامى المصاحب، وذلك عن طريق اصطياد المواقف والبحث عن الاستثناءات والأخطاء، دون أن تأخذ التقارير رؤية متكاملة وتراجع بدقة حتى لا تستغل ف غير الهدف منها.

وأشار إلى أن الاعتماد على اصطياد المواقف قد يفتقر أحيانًا إلى الدقة ويتسبب ف تشويه بعض الشخصيات، مطالبًا بأن يكون الصحفى على صلة ببعض المسئولين بالجريدة ممن هم أكثر خبرة منه ليتعاونا بما يضمن ضبط المضمون الإعلامى وفقا للرؤية المهنية.

- غلبة الهواة علي ممارسة مهنة صحافة الفيديو، وبعضهم غير دارس أو علاقته بالمؤسسة غير منتظمة، فضلًا عن غياب الحقوق المهنية لممارسيها ف بعض الصحف.

- صحافة الفيديو تحتاج تشريعات تنظم عملها وتضبط الخارجين عن القانون والتجاوزات الاخلاقية والتشريعية وتحتاج أيضًا إلى تنظيم نقابى والاعتراف بمن يمارسونها نقابيًا، بالإضافة إلى حاجتها لتشريعات تنظمها وتضبطها مهنيًا ولكن مع منح ممارسيها حقوقهم المادية والنقابية، فصحفيوا الفيديو لم يعترف بهم في عضوية نقابة الصحفيين أو الإعلاميين حتي مع العقد الثاني من القرن الواحد والعشرين.

- الصحف لم تعد تكتفى بالصحفى وحده ف تغطية الخبر بل أصبح القارئ نفسه يمكنه البحث عن الخبر وتصويره، حتى أصبح مصدرًا لكثير من مقاطع الفيديو المصورة على البوابات الإخبارية حينما يتواجد مصادفة ف موقع الحدث.

- نشرة الأخبار ستظل العامل الأكثر جذبًا وأن المرئية مازالت تسيطر على النسبة الأكبر ف المشاهدة خاصة على مستوى

المواطنين العاديين، لأن التعامل مع الهواتف الذكية والتطبيقات والمواقع الإخبارية مازالت غير متاحة.

- صحافة الفيديو ظاهرة مؤقتة وستنتهى، موضحا أنه لا يمكن وصفها بالصحافة لأنها ليست وسيلة إعلام مستقلة لها مواصفات تميزها عن الوسائل لكنها تخدم على الإعلام سواء المرئى أو المقروء.

- صحافة الفيديو مرت بموجة من الاهتمام بعد ثورة 25 يناير ثم بدأت تقل تدريجيًا وأصبحت تفقد كل يوم جزءًا من مصداقيتها، فى الوقت الذى يعتمد قوة تأثير أى وسيلة إعلامية على الصدق فى المقام الأول.

- بعض الفيديوهات التى تصنف تحت مسمى «صحافة الفيديو» إما مفبركة وإما تصور أمورًا غير حقيقية مما أفقدها ثقة الجمهور بعد اعتماد معظمها على نشر الأكاذيب[3].

- بعض الأخطاء الشائعة بين أوساط المصورين المبتدئين في مجال الفيديو مثل عدم الإضاءة الكافية أو الزوايا الخطأ أو الاهتزاز او التشويش للصوت.

أخطاء شائعة في صحافة الفيديو:

هناك مجموعة من الأخطاء الشائعة تتواجد في صحافة الفيديو وقد حصرها الخبراء فيما يلي ومنها[4]:

الخطأ الأول: استخدام خاصية التكبير عند التصوير:

كثيرًا من المصورين يقعون ضحية هذا الخطأ الفادح، تجنب التكبير قدر المستطاع اثناء التصوير، بامكانك الاقتراب أكثر من الهدف المراد تصويره، او استخدام التكبير قبل البدء في التسجيل اضبط الكادر كما تريد ثم أبدا في التسجيل وان اضطررت لاستخدام هذه الخاصية فحاول استخدام التكبير النظري وليكن في حدود ضيقة وبطريقة سلسلة لا تزعج المشاهد، ابتعد تمامًا عن التكبير الرقمي بسبب عيوبه من اهتزاز للصورة وضياع البسكلات مما يسبب في عدم وضوح الصورة.

الخطأ الثاني: التصوير بالاعتماد على اليد:

أكثر ما يزعج المشاهد هو اهتزاز الصورة، لهذا حاول قدر الامكان الحفاظ على عدم اهتزاز الكاميرا، وخير وسيلة لذلك هو استخدام الحامل الثلاثي (ترابيود). أما في حالة الاضطرار لتصوير المشاهد المتحركة فلا بد من استخدام ستيدي كام وهي أداة تساعد المصور على عدم اهتزاز الكاميرا أثناء حملها وتستخدم عادة في الأفلام السينمائية وفي المباريات الرياضية.

الخطأ الثالث: التكوين الخاطئ:

واقصد هنا بالتكوين هو تركيب الصورة أو المشهد المراد تصويره تماما مثل التصوير الفوترغرافي فليس من الممكن حشو المشهد وعدم ترك مساحة فوق الشخص المراد تصويره وكذلك في حالة المشاعر مثل البكاء أو الضحك أو الاستغراب عدم التركيز وتقريب الوجه لشد وتركيز المشاهد لتتبع المشهد بكل تفاصيله.

الخطأ الرابع: التصوير من زاوية واحدة:

هل سبق أن رأيت مباراة لكرة القدم تصور من زاوية واحدة، أن سبق إن رأيت ذلك، (كما كان يفعل تلفزيوننا العزيز في بعض المباريات في المدن البعيدة) فسوف اعرف مدى شعورك بالملل والكابه وربما النوم. حاول ان تلتقط المشهد بأكثر من زاوية لكي لا يصاب المشاهد بالملل والكابه ومن ثم يترك مشاهدة موادك دون رجعة[5].

الخطأ الخامس: لا تطيل الوقت اكثر من اللازم:

والمقصود هنا لا تصور المشهد لأكثر من عشر ثواني كحد أقصى، أعطى لنفسك من خمس ثواني لعشرة في تصوير مشهد ثم انتقل لزاوية أخرى وصور لمدة خمس ثواني، وهكذا دواليك، بامكانك تجنب هذا الخطأ أثناء التصوير أو أثناء تحرير الفيديو في وقت لاحق أثناء الإخراج.

الخطأ السادس: إهمال الصوت:

أكبر خطأ يقع فيه المصور هو إهمال الصوت، إهماله للصوت يعني فيديو غير ناجح اطلاقًا، لهذا اهم ما يجب على المصور تجهيزه هو الميكرفونات وتجربتها قبل البدء في التصوير ومعاينة تسجيل الصوت أثناء التسجيل أن أمكن، وانصح المصور أن كان يستخدم كاميرات أن يستعين بمايك خارجي أو جهاز تسجيل خارجي ليقوم بتركيب الصوت وقت تحرير الفيديو[6].

العيوب الشائعة في صحافة الفيديو[7]:

- محاولات استنساخ قوالب الفيديو الخاصة بالتليفزيون على الإنترنت خطأ شائع وقع فيه كثيرون في مصر والعالم، الفرق أننا في مصر ما زلنا غير مصدقين أن إنتاج نشرات أخبار تقليدية تُبث في أوقات معينة على سبيل المثال أمر محكوم عليه بالفشل على الإنترنت في أغلب الأحيان، رغم ما يبذل فيها من مجهود ووقت وتكلفة، وأن الناشرين حول العالم استوعبوا الدرس وساروا في عكس الاتجاه.

- الفروق بين ما يصلح للتليفزيون ولا يصلح للإنترنت والعكس قد تتداخل أحيانًا، ولكن ربما تكون العبرة هنا بمراعاة السياق؛ فأغراض مشاهدة التليفزيون تختلف عن مشاهدة فيديو على الإنترنت، كما أن دوافع وسلوك المستخدم تختلف كثيرا بين هنا وهناك؛ التقارير الإخبارية التقليدية واستطلاع آراء الناس في الشارع والبرامج الحوارية وغيرها ليست مادة مفضلة لمستخدم الإنترنت المصري كغيره من المستخدمين في العالم، كما يظهر من أعداد المشاهدات الهزيلة لهذا النوع من الفيديوهات في معظم الأحيان، ربما كان إنتاج أشكال أكثر تكثيفا وجاذبية ووضوحا من محتوى الفيديو على الإنترنت أفيد وأكثر قيمة للناشر والمستخدم، بشرط الإجابة أولًا عن بعض الأسئلة الأساسية[8].

- يسيطر على كثيرين من صناع محتوى الفيديو على الإنترنت بعض الأساطير أو المعتقدات التي يتناقلونها باعتبارها حقائق دامغة يمكن تعميمها دون استثناءات؛ مثلا أن المستخدم يفضل محتوى الفيديو بالضرورة عن غيره من أشكال المحتوى، وهذا غير صحيح طوال الوقت، رغم أن لمحتوى الفيديو مزايا نسبية، إلا أنه ليس الأنسب طوال الوقت.

- معهد رويترز للصحافة أورد في تقريره عن الأخبار الرقمية في 2016 أن 78% ممن شملهم استطلاع في 26 دولة قالوا أنهم ما زالوا يفضلون قراءة الأخبار كنصوص عن مشاهدتها كفيديو، مقابل 5% فقط قالوا العكس، وعن مبررات ذلك قال 41% أن قراءة النصوص ما زالت أسرع وأكثر مناسبة، وقال 19% أن الفيديوهات أحيانًا لا تضيف شيئًا يذكر على النص المكتوب، وقال 35% أنهم ينفرون من الإعلانات التي تأتي قبل محتوى الفيديو، وهذا يدل على أننا نبالغ في كثير من الأحيان في تقديرنا لمحتوى

الفيديو في المطلق، وأن مزاياه النسبية لن تؤتي ثمارها إلا إن كانت في سياق مناسب ومفيد بشكل يغني المستخدمين عن غيره من أشكال المحتوى[9].

- أحد المعتقدات الشائعة الأخرى أن الفيديو القصير هو الأفضل على الإطلاق، وأن الفيديوهات الطويلة لا تناسب الإنترنت، وهذا ليس صحيحا تماما، فصحيح أن مستخدمي الإنترنت عجولون ويرغبون في الدخول في الموضوع والخروج منه بأسرع وقت، ولكن تجارب عديدة قام بها ناشرون في الغرب مؤخرا أثبتت أن بعض محتوى الفيديو الطويل قد يكون جذابا بشدة لمستخدمي الإنترنت، مثل هذه السلسلة من موقع أبوورثي والتي تركز على حكي قصص إنسانية ومليئة بالمشاعر مثل هذه القصة التي يبلغ طولها 22 دقيقة عن شخص تحدى السرطان، وتمت مشاهدتها أكثر من 14 مليون مرة على يوتيوب وحده، فالعبرة إذن ليست بطول أو قصر الفيديو، ولكن بالغرض من هذا واستخدامه كأحد عناصر حكي القصة بشكل مناسب وجذاب[10].

- كثيرًا ما نقع كصناع محتوى في خطأ صناعة محتوى واحد لكل المواقع والشاشات والمستخدمين، دون مراعاة حقائق مثل من يشاهدنا وعلى أية مواقع وباستخدام أية أجهزة، وهي الحقائق التي توفرها لنا الكثير من الأدوات المتاحة مجانًا أو بمقابل ومن واجبنا متابعتها، فالتنوع في هذه العناصر قد يتطلب منا تنوعا أيضًا في أشكال الفيديو الذي ننتجه، فربما ترغب مثلًا في الاستفادة من خاصية التشغيل الذاتي للفيديو والمتاحة على فيسبوك وغيره، بإنتاج فيديوهات يمكن مشاهدتها وفهمها سريعًا دون الحاجة للاستماع إلى الصوت مثلما تفعل شبكة AJ+ والتي حققت نجاحًا ملفتًا بفيديوهاتها البسيطة والقصيرة المعتمدة بشكل كبير على الصور والنصوص[11].

- حقيقة أن ثلاثة أرباع أعداد مشاهدات الفيديو باتت عن طريق الموبايل ربما تجعلنا نفكر في تجريب الفيديوهات الرأسية والمصنوعة خصيصًا لمشاهدتها على الشاشات الرأسية لأجهزة المحمول، فمثلا مستخدمو سنابتشات يشاهدون يوميا حوالي 6 مليارات فيديو رأسي، وهي نتائج أفضل بـ9 أضعاف من الفيديوهات الطبيعية التي تم تصويرها للشاشات الأفقية، وهي الصيغة التي تمت مقاومتها لوقت طويل، بيد أن المزيد من الناشرين اليوم يجربونها، بينما يصنع ناشرون آخرون مثل نيويورك تايمز فيديوهات متجاوبة يتغير منظورها حسب الشاشة سواء كانت أفقية أو رأسية[12].

- قرار إنتاج فيديوهات ونشرها على يوتيوب أو على الشبكات الاجتماعية كفيسبوك وتويتر وسنابتشات أو على مواقعنا وتطبيقاتنا الخاصة، **قرار ينبغي أن يكون له أسباب موضوعية مثل:**

تجربة عمل قناة على اليوتيوب:

- الخصائص والتقنيات الجديدة مثل البث المباشر وفيديوهات الـ360 درجة والفيديوهات شديدة القصر وغيرها قد تكون فرصا لنا كصناع للمحتوى إذا أعطيناها فرصا حقيقية للتجربة في سياق استراتيجتنا للمحتوى، على سبيل المثال خدمات البث المباشر لعبت دورا في الأحداث الكبيرة، حيث تم استخدام خدمة بريسكوب من تويتر مثلا بشكل واسع أثناء هجمات بروكسل وباريس هذا العام، كما كان إطلاق خدمة فيسبوك لايف خطوة مهمة في هذا الاتجاه، - ما زال الناشرون حول العالم يختبرون مدى الاستفادة التي يمكن أن يحققوها من أدوات كتلك، مثل شبكة الجزيرة التي تحاول استخدام فيسبوك لايف لبث برامجها التليفزيونية.

كذلك تفعل نيويورك تايمز مع فيديوهات الواقع الافتراضي بإنتاج سلسلة فيديوهات بهذه التقنية وتوزيع نظارات خاصة لمشاهدتها على مشتركيها مجانا، بالطبع هذا مستوى من التجريب مكلف لمؤسساتنا المحلية ولكن ما لا يدرك كله لا يترك كله[13].

- إنتاج فيديوهات خصيصا لقنوات مثل فيسبوك قد تكون مجدية جدًا، حتى لو كانت فيديوهات منخفضة التكلفة باستخدام كاميرات الموبايل وبرامج تحرير الفيديو المجانية، حيث يخطط فيسبوك للمزيد من التحديثات التي تدعم مشاهدة الفيديو عبره، مثل إنشاء قسم خاص لتحديثات الفيديو فقط وإضافة المزيد من الخواص التي تتيح اكتشاف الفيديوهات وحفظها لما بعد ومشاهدتها أثناء فعل أشياء أخرى، وهو ما يعد بمستقبل جيد لمحتوى الفيديو هناك قد يجلب معه أرباحًا جيدة للناشرين[14].

خطوات نشر الفيديو على قناتك على اليوتيوب[15]:

قم بتحميل فيديو لديك من جهاز الكمبيوتر الخاص بك.

تسجيل فيديو مباشرة على يوتيوب عن طريق كاميرا الويب الخاصة بك.

سجّل مقطع فيديو بهاتفك المحمول وأرسله إلى حسابك على عبر عنوان البريد الإلكتروني الخاص به.

على مقاطع فيديو مساعدة كبيرة لتعلم كيفية القيام بأي من هذه الأشياء، وأكثر من ذلك.

مراجع الفصل السادس

(1) محمد فتحي، **مستقبل صحافة الفيديو بين الفرص والتحديات**، جريدة المال المصرية 28-1-2016.

(2) محمد فتحي، **مرجع سابق**.

(3) د.فاروق ابو زيد، نقلًا عن محمد فتحي، **مرجع سابق**.

(4) فاروق ابو زيد، **مرجع سابق**.

(5) محمود سامي، كيف تصبح صحفي فيديو، مقال منشور في جريدة الشروق، **مرجع سابق**.

(6) محمود سامي، **مرجع سابق**.

(7) محمود سامي، كيف تصبح صحفي فيديو، مقال منشور في جريدة الشروق، **مرجع سابق**.

(8) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق** ص 98.

(9) إيمان الغريب، **مرجع سابق** ص 57.

(10) محمد فتحي، **مرجع سابق.**

(11) محمد فتحي، **مرجع سابق.**

(12) سحر وهبي، **مرجع سابق.**

(13) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق.**

(14) محمود سامي، **مرجع سابق.**

(15) محمود سامي، **مرجع سابق.**

الفصل السابع

صحافة الفيديو

واختلافها عن صحافة المواطن

وصحافة الموبايل

تمهيد:

انتشرت صحافة الفيديو على المواقع الإخبارية العربية، في محاولة لتقديم خدمة صحافية شاملة بالصوت والصورة وكافة العناصر الجذابة للمشاهد كالاضاءة الطبيعية والصناعية والبث المباشر اللحظي والاني علي الهواء، بل أقدم البعض على تقديم خدمة البث المباشر للقنوات الفضائية، ما يفتح باب جديدًا لتطوير أشكال الخدمات الصحافية المختلفة التي تسعى دائمًا لجذب الجمهور في كل دول العالم[1].

بدأ هذا السباق المحموم يشتد بصورة لافتة مع زيادة عدد المواقع الصحافية الإلكترونية للصحف المطبوعة في العالم العربي، والتنافس الشديد بينها وبين الفضائيات على التحديث الفوري للأخبار، ما جعل معظم الصحف تنظم دورات تدريبية عن صحافة الفيديو لمحرريها لتطوير قدراتهم في هذا الجانب، إضافة إلى ذلك أسهمت هذه الخدمة في نشر القراء لكثير من لقطات الفيديو المهمة أو ذات المحتوى الذي يهم بقية القراء، ما يؤكد أن جو المنافسة في تقديم الأحداث الساخنة جذب القراء إليه أيضًا[2].

الفرق بين صحافة الفيديو وصحافة المواطن:

صحافة الفيديو – كما عرفناها من قبل – هي نقلة في الصحافة الإلكترونية من حيث الحرفية، المصداقية، الجاذبية، ونسبة المشاهدة، وبالتالي العائد المعنوي لصحفي الفيديو والمادي للمؤسسة، التزام صحفي الفيديو بالقيم التحريرية واستخدامه بعض اساليب اخراج العمل يعطي عمرًا اطول للمادة الخبرية المصورة مقارنة بمثيلاتها.

بينما صحافة المواطن أو ما يطلق عليها الصحافة الشعبية هي: صحافة من المواطن وإليه وتعتمد اللامركزية في نقل الخبر كما تتمتع بجرأة وحرية تفتقر اليها أعرق وأكبر المؤسسات الصحفية وأن كان عدم التزامها بمعايير أو مواثيق يطرح علامات استفهام من ان لاخر حول مصداقيتها الا انها تظل الأكثر قدرة علي تغطية الاحداث الضخمة مثل: ثورة 30 يونيو ضد الاخوان أو ثورة 25 يناير ضد نظام مبارك أو مظاهرات طلاب الجامعات... إلخ.

وصحافة المواطن وهي معروفة أيضا بالصحافة العامة أو التشاركية، أو الديمقراطية أو صحافة الشارع الشعبية، وهو مصطلح يرمز لأعضاء من العامة يلعبون دورا نشيطا في عملية جمع ونقل وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات على الإنترنت[3].

قد يكون التحول الأبرز الذي حصل خلال العقد الأخير على مستوى الإعلام هو بروز ظاهرة صحافة المواطن كشكل جديد من أشكال الممارسات الصحافية غير المهنية، ومع تطور هذه الممارسات، بدأت صحافة المواطن تأخذ حصتها من النقاشات والأبحاث في البلدان المتقدمة على المستوى الإعلامي، وقد كان ولا زال يشار إلى هذه الظاهرة الإعلامية باستعمال مصطلحات متنوعة، منها: "الصحافة التشاركية"، و"الإعلام مفتوح المصادر"، و"الإعلام الديمقراطي" و"صحافة الشارع"، و"الإعلام البديل"، و"الصحافة الشعبية"، إلى غير ذلك من التسميات والمصطلحات[4].

ويُعد مصطلح (صحافة المواطن) من أكثر المصطلحات المثيرة للجدل ويعود ذلك إلى حداثته من جهة، واختلاف الباحثين حول معناه وأهم وسائله من جهة أخرى. وهذه أهم مفاهيمه: يشير مصطلح صحافة المواطن "أن بإمكان أي شخص أن يكون صحفيًا ينقل

رأيه ومشاهداته للعالم أجمع، دون الحاجة لأن يحمل شهادة في الإعلام، أو أن ينتمي لمؤسسة إعلامية لإيصال صوته للعالم.

فقد أشار الدكتور جمال الزرن إلى أن صحافة المواطن هو مصطلح إعلامي وإتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي. وتشخص صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن.**ويرى أن مفهوم صحافة المواطن يعتمد على:**

1- شبكة الإنترنت كفضاء للنشر والتعبير عن الرأي.

2- تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم اللممارسة الديمقراطية.

3- اعتبار مخرجات صحافة المواطن امتدادا لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة البديلة.

وصحافة المواطن هي الصحافة التي يصنعها أو يشترك في صنعها المواطن ويقوم بتوظيف الصحيفة في تبادلها في مجال الأخبار والرأي بينه وبين باقي المواطنين عبر شبكة الإنترنت. ولا شك في أن اشتراك المواطن في العملية الإعلامية هي قديمة في تاريخ الصحافة والإعلام، لأن المواطن "القارئ أو المستمع أو المشاهد" هو العنصر المستهدف في تلك العملية منذ بدايات نشأة الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون.

أهم مميزات صحافة المواطن[5]:

1- كل مواطن هو باحث عن المعلومة، وكل شخص بإمكانه أن يتحول إلى مصدر للأخبار والمعلومات.

2- التحول من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل إعلام الجماهير: تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية على قاعدة نشر المعلومة من الفرد إلى المجموعة، وتقوم صحافة المواطن بقلب المعادلة والإعتماد على نشر المعلومة من الكل إلى الكل وذلك بالاعتماد على مواطنين صحفيين.

3- سياسة تحرير مختلفة: حيث تعتمد صحافة المواطن على سياسة تحرير خاصة، فالأخبار التي تنشر يجب أن تكون دقيقة ولها صلة بالأحداث الموضوعية وأن تتميز بأقصى قدر من السبق.

4- المشاركة الشخصية: تعتبر الديمقراطية المتحركة عملًا فرديًا تطوعيًا غير خاضع لتوجهات منظمات معينة بل للقناعات السياسية للفرد نفسه خلافًا للوسائل الإتصالية التقليدية.

5- التفاعلية: وهي نوع جديد من الصحافة يتيح للجمهور إمكانية المساهمة بشكل مباشر في صناعة الخبر. ومن خلال تقنية ويب 2.0 يمكن للمراسلين إجراء محادثات مع الجمهور. ولقد أسهم العصر الرقمي في تغير الطريقة التي يتبعها الاشخاص في جمع المعلومات ومن أكثر أدواتها المدونات.

الفرق بين المواطن الصحفي والصحفي المحترف:

الصحفي المواطن ليس بالصحفي المحترف لان المواطن الصحفي هو ذلك الشخص الذي يعي حقوقه وواجباته السياسية ويسعى إلى جمع الأخبار ونشرها على شبكة الإنترنت.

بينما الصحفي المحترف يمتهن الصحافة ويمارسها في إطار قانوني محدد يتميز بحيازته لبطاقة صحفي ويتقاضى أجر مقابل ممارسته الصحافة[6].

أما المواطن الصحفي هو شخص متطوع لنشر ما يسمعه ويشاهده ويحصل عليه من معلومات وأخبار في شبكة الإنترنت، وذلك من خلال الإلتزام الذاتي والمسؤولية الإجتماعية ومراقبة بقية زملائه ومتصفحي شبكة الإنترنت له.

أشكال صحافة المواطن:

الشبكات الإجتماعية: هي عبارة عن مواقع تستخدم من قبل طرف واحد، وهي تحقق التعارف والتواصل الإجتماعي وإقامة العلاقات، ويمكن من خلالها أن يكتب نصوص ومقالات وينشر صور والفديوهات ومن أشهرها: تويتر، الفيسبوك[7].

المدونات: هي موقع شخصي ووسيلة جديدة وهامة في الاتصال وتحرير الكلمة، متعددة الاهتمامات والمجالات، يعبر فيها المدوّن عن أي موضوع وفي أي مجال دون قيود ويرجع ذلك للحرية المطلقة وعدم وجود رقابة، تكون موجهة للجمهور الذي يقاسمه نفس الاهتمامات وتمكنهم من التعليق عليها.

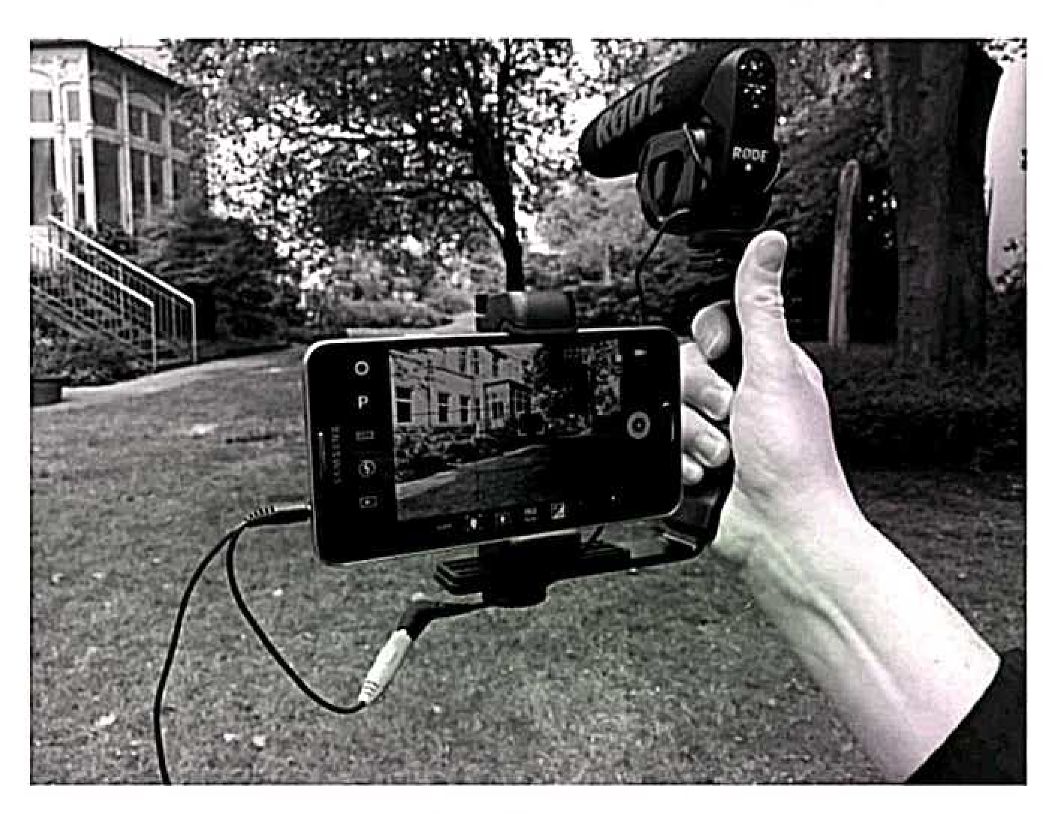
مواقع بث الفديو: وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة، أو مرئية، ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدة مواقع مشهورة جدا، لدرجة أنها أصبحت تبيع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ومن أشهر تلك المواقع (يوتيوب).

المواقع الإخبارية التشاركية: أو ما يطلق عليها الويكينوز وهي مواقع شبيهة جدًا بالصحف الإخبارية، لكن يشارك في إنتاج وإعداد محتواها مواطنون عاديون يكونون في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة يقومون بالتدقيق في موضوعية ومصداقية كل خبر،ومن أشهر تلك المواقع موقع (أوه ماي نيوز) الكوري[8].

مواقع التحرير الجماعي: هي مواقع تقوم على إنتاج ونشر الصفحات على الإنترنت حيث يسمح لزوار المواقع بأن يضيفوا أو يعدلوا أو يكتبوا ما يريدون، وينشروا ذلك بصورة لحظية على الإنترنت. ومن ثم فإن هذه التقنية تتيح الفرصة لظهور مشروعات كبرى قائمة على المشاركة التطوعية من عدد كبير من الأفراد، ومن أشهر الأمثلة عليها (موسوعة ويكيبيديا)[9].

التدوين بالفيديو: ويقتصر غالبًا علي استخدام الفيديو كتقنية حديثة لجذب عددًا أكبر من الزائرين للصفحة أو الموقع، ومع ذلك يظل يحمل كافة خواص التدوين من حيث الفردية والحرية وتغليب الرأي والانطباعات الشخصية[10].

صحافة الموبايل:



صورة لصحافة الموبايل

وتعد صحافة الموبايل من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور، ومشاركة للأفكار والرؤى، بمعنى آخر إنها صحافة الوسائط المتعددة التي تتواجد على مختلف المنصات الإلكترونية من شبكات إجتماعية وتطبيقات اتصالية وبرامج تواصلية، إنها ثورة اتصالية دمجت بين جملة من التطبيقات والمنصات بهدف محاصرة المستخدم بكثير من الوظائف والإمكانات التفاعلية الفريدة من نوعها[١١].

كيف تصبح صحفي فيديو محترفًا؟

صحفي الفيديو يتوقع منه تأدية واجبات ثلاثة اشخاص او اكثر هدفهم العمل على إعداد التقارير إو التحقيقات فمنهم المصور، والمعد والمحاور والمحرر ويجب علي صحفي الفيديو أن يمتلك كل هذه المهارات اي ان صحفي الفيديو هو ذلك الصحفي الشامل المتعدد المهارات الذي يستطيع انجاز ما سينجزه فريق تصوير وتسجيل تليفزيوني كامل.لانه هو الذي يقوم بالتصوير والتسجيل والاضاءة والمونتاج والعرض للجمهور.

يرى صحفيون مختصون أنه ورغم ريادة هذا النوع الصحفي إلا أن هناك مجموعة من المهارات التي يحتاجها صحفي الفيديو ليكون عمله ذو جودة وفائدة ومنها[12]:

البحث الأولي: حيث يتوجب على الصحفي البحث عن الأفكار الخبرية التي تصلح لتقرير مصوّر، بالإضافة إلى تحديد زاوية المعالجة الفنيَة والبصرية لتلك القضية بشكل جديد لم يجر التطرق إليه من قبل:

جودة القصَة: حيث يجب أن تحتوي القصة على شخصيّة مؤثرة وبإمكانها تجسيد الحالة للموضوع الذي تتناوله. إضافة لتقديم قيمة خبرية للمشاهدين أو للجمهور المستهدف.

التصوير: وعليه يتوجب أيضًا على الصحفي تعلّم المهارات الأساسية في التصوير واختيار الّلقطات المناسبة للقصة.

الكتابة: من خلال اختيار الجمل القصيرة وذات المغذى وعدم وضع الكلمات التي لا ضروري لها واختيار الكلمات البسيطة التي تناسب قصتك.

المونتاج: هو من إحدى المهارات الأساسيّة التي يجب على صحفي الفيديو التحلّي بها. من أجل ترتيب الفيديوهات الموجودة لديك.

المدة الزمنية: من المتعارف أنه يجب ألا تزيد مدة القصة عن 90 ثانية وكلما كانت المدة أقل، كلما كان ذلك أفضل، مع تنويع اللقطات لضمان بقاء المشاهد أمام قصتك.

لا شك أن منصة يوتيوب هي منصة الفيديو رقم 1 على شبكة الإنترنت، ولكنها مازالت تعمل على تطوير فيديو البث المباشر عبر الإنترنت، ففي عام 2017 كان لدى المنصة أكثر من 1.5 مليار مستخدم شهريًا، وقد زاد هذا الرقم خلال عام 2018 ليصل إلى 1.8 مليار مستخدم في الشهر.

وأصبح يوتيوب منصة أساسية لكل من يعشق صناعة الفيديوهات، لكن هل كل فيديو يتم رفعه على الموقع العملاق يحقق نسبة مشاهدة عالية ويؤثر في الناس؟ بالتأكيد لا!

هناك ما يجب أن تعرفه قبل أن تفكر في صناعة فيديو صحفي خاص بك، وهذا التقرير **يحمل لك الكثير من النصائح**[13]:

- كلما كانت فكرتك مبتكرة وواضحة كلما نجحت أكثر، يمكن أن تأتيك الفكرة وأنت في طريقك إلى العمل، أو بينما تتحدث مع زميل لك، انظر للتفاصيل من حولك بعمق وستجد عشرات الأفكار.

وبعد أن تحدد فكرتك اعمل على وضع إطار لمعالجتها، شخصيًا أفضل أن أعالج أغلب الأفكار التي سأعمل عليها عن طريق الإطار الساخر لانه يؤثر سريعًا في الناس ويجعلهم يتبادلون الفيديو بعد ذلك[14].

مثلا حلقة عن قضية التحرش الجنسي فلابد ان يتم معالجتها بطريقة مختلفة، فسأل الشباب الصغير هل تتحرشون بالفتيات؟ وطلب منهم أن يتحدثوا بصراحة، وبحرية وتلقائية، فكانت النتيجة حلقة جريئة وساخرة حققت آلاف المشاهدات. ومع بداية الدراسة سأل الناس في الشارع عن ذكرياتهم مع أيام الدراسة.

- كلما كان الفيديو قصيرًا كلما كان ناجحًا، ولا يجب أن يتعدى الفيديو الأربعة دقائق، هذه هي طبيعة يوتيوب، لذلك يجب أن تكون فكرتك قابلة للتنفيذ في عدد دقائق[15].

- حين تجتهد في عملك تأكد ان النتيجة النهائية ستكون مبهرة.

- لا تنزل إلى الشارع قبل أن تحصل على تصريحات أمنية، الإبداع في الصحافة وتأمين نفسك جيداً شيئان لا ينفصلان.

وستضمن إنك تقوم بشيء قانوني لن تتعرض على أثره لمضايقات من رجال الأمن في الشارع، كل بلد لها قوانين في الحصول على تصاريح التصوير في الشارع، فتأكد أنك تعرف جيداً قوانين بلدك ونفذها حتى تعمل وأنت مطمئن وغير خائف من أي شيء[16].

- المذيع الذي يتقن برامج تحرير الفيديو سيكون قادراً على صناعة فيديوهات ناجحة لإنه يعلم جيداً ما الذي يريده حين يبدأ تحرير الفيديوهات الخاصة به.

- لا تصوّر الناس بدون إذنهم، كن واضحاً معهم، في فيديوهات الكاميرا الخفية التي أنفذها، وبعد انتهاء المقلب أطلب من الناس الذين صورناهم أن يختاروا بكل حرية اذا كانوا يريدون أن تعرض فيديوهاتهم أم لا، وأي شخص يرفض احترم ذلك ولا أعرض الفيديو الذي ظهر فيه أبداً.

- الكثير من الناس لا يهتمون بوضع مقدمة مكتوبة تصف فيديوهاتهم على يوتيوب، لكن هذا مهم جداً خصوصاً حين يقوم الناس بعمل بحث على جوجل عن موضوع الفيديو، ويمكن كتابة مقدمة سريعة وبسيطة وتفاعلية مثلاً في فيديو التحرش الجنسي تم وضع الوصف التالي للفيديو المصدر[17].

مراجع الفصل السابع

(1) وائل عناني، دراسة صحافة الفيديو الرقمية وتأثيرها بظهور الإعلام الجديد، **مرجع سابق** ص 6.

(2) نها السيد عبد المعطي، **صحافة المواطن : نحو نمط اتصالي جديد**، القاهرة : دار الكتاب الجامعي2015.

(3) حسنين شفيق، **الإعلام التشاركي والجماهير الشبكية**، القاهرة : دار فكر وفن، 2016.

(4) وائل عناني، **مرجع سابق**، ص 6.

(5) حسنين شفيق، صحافة المواطن، **مرجع سابق.**

(6) نها عبد المعطي، **مرجع سابق**، ص 56.

(7) نها عبد المعطي، **مرجع سابق**، ص 67.

(8) حسنين شفيق، **مرجع سابق**، ص 46.

(9) وائل عناني، **مرجع سابق،** ص 66.

(10) نها عبد المعطي، **مرجع سابق.**

(11) حسنين شفيق، **إعلام الهاتف المحمول.. مستقبل الإعلام علي شريحة** (القاهرة : دار فكر وفن، 2015)ص 33.

(12) محمود سامي. **كيف تصبح صحفي فيديو محترف،** مقالة منشورة في جريدة اوراورد بتاريخ 5 مارس 2019.

(13) محمود سامي، **مرجع سابق.**

(14) أحمد صلاح الدين طه يكتب: **صحافة الفيديو بديلاً للصحافة التليفزيونية التقليدية.**

- شبكة الصحفيين الدوليين 2017.

(15) خالد حسين، **انتاج الفيديو،** جريدة الشروق. 9-11-2014.

(16) محمود سامي، **مرجع سابق.**

(17) محمود سامي، **مرجع سابق.**

الفصل الثامن

صحافة الفيديو حول العالم

تمهيد:

تنتشر صحافة الفيديو في العديد من دول العالم الخارجي بشكل كبير منذ عقد من الزمان تقريبًا وتتواجد مع انتشار وتطور ثورات تكنولوجيا الانترنت و التواصل الاجتماعي والتفاعلية بين الأفراد حول العالم.

ففي استراليا تستخدم العديد من الشبكات التجارية صحفي الفيديو وهي تشمل علي واي اي نيوز وشبكة جولدن وست نتورك وشبكة نتورك تن وقد شهدت الشعبية المتزايدة في الأخبار المنشورة عبر الإنترنت ظهور صحفي الفيديو من خلال فير فاكس ونيوز ليميتيد والقابضة للاخبار الاسترالية الغربية من اجل انتاج محتوي الفيديو لمواقع الويب الاخبارية الخاصة بهم[1].

وفي كندا قامت شركة البث الكندية بعمل تحرك واسع النطاق من خلال تعيين صحفي الفيديواو اعادة تدريب المراسلين او المصورين الحاليين للقيام بوظائف متعددة في اواخر التسعينيات من القرن العشرين. وفي اغلب الاحوال تم تعينهم في الغرف الإخبارية المحلية من أجل عمل الاخبار اليومية كما هو معتاد من الطواقم الكاملة من قبل، وفي البداية كان هذا الاجراء يهدف إلى توفير النفقات[2].

وبالنسبة للمشهد التليفزيوني في المانيا الغربية ظهرت أول قناة تليفزيونية المانية خاصة بصحافة الفيديو عام 1990 وليس هذا فحسب وانما في عم 2003 لاقي المشروع التجريبي تدريب الصحفيين في المانيا، علي استخدام تقنية صحافة الفيديو من قبل صحيفة نيويورك.

واكدت الدراسات الالمانية ان صحافة الفيديو مثلها كأي مهنة اخري قابلة للنجاح والفشل ويعتمد ذلك على تقنية صحفي الفيديو وتدريبه على استخدام تقنيات الكاميرا والقصة أو الفيلم الذي يريد إنتاجه[3].

وفي سويسرا نجد ان فكرة الصحافة الفيديو لاقت هجوم شديد ونقد من قبل التليفزيون العام بسويسرا إلا أنه وبالرغم من ذلك وجد نحو 61 تجربة من المحطات والقنوات الخاصة التي هدفت بضرورة استخدام خدمة صحافة الفيديو وتدريب الصحفيين والفنيين العاملين بها على استخدام صحافة الفيديو وذلك من خلال استئجار بعض من صحفي الفيديو لتدريب صحفيين بها[4].

صحافة الفيديو في العالم العربي ومشاكلها:

انتشرت صحافة الفيديو في العالم العربي من خلال قناة "النهار ويب تي في" وهي قناة لبنانية على اليوتيوب توافق وتتزامن مع صحيفة النهار، وتسلط الضوء على الموضوعات غير المستهلكة في التليفزيونات المحلية التقليدية.

كما ان معالجة الموضوعات والقضايا المثارة في المجتمع تتم بشكل فيه استقلالية إلى حد كبير وبصورة تختلف عن ما ينشر في الجريدة اليومية[5]. ولكن تبقي فكرة الحرية غائبة في أحيان كثيرة ولا تزال الرقابة عليها قائمة بقوة وباستمرار وتحتاج إلى متسع من الحرية.

تواجه صحافة الفيديو العربية هى عدم تفهم القائمين على المواقع الإخبارية للفكرة القائمة على تقديم تقارير وأفلام تسجيلية واقعية الأسلوب بشكل احترافى، ولكن باختصار عدد المتعاونين فى العمل إلى شخص واحد، وبذلك تجمع بين العمل الجيد (المصنوع جيدًا من الناحية الفنية)، وفى الوقت نفسه يؤدى العمل الفردى إلى سهولة الوصول إلى مناطق غير مطروقة تتعلق بالقضايا العامة المطروحة أمام الرأى العام، لكن المواقع العربية تتخبط بين استخدام أفراد غير مدربين جيداً على التصوير والمونتاج ليقدموا مجرد لقطات غير جيدة من موقع الحدث، ربما تكون مصورة بكاميرات غير معدة للمحترفين[6].

وفى بعض الأحيان بكاميرات هواتفهم النقالة، وهذه ليست صحافة الفيديو التي تعتمد بشكل أساسى على الصورة التى لا بد أن تكون على قدر كبير من الجودة والجمال الذى لن يتأتى إلا بدراسة جادة، وهو ما جعل المؤسسات الغربية تنفق وقتاً ليس بالقصير فى تدريب وتعليم صحفيى الفيديو لديها قبل أن تدفعهم لبدء العمل.

وفى المقابل تجد بعض المواقع الأخرى وقد ألحق بالخبر تفصيلات تقول إنه من إعداد فلان وتعليق فلان وتصوير ومونتاج بل وإخراج فلان، ذلك التجمع لإنتاج عمل واحد يعيدنا مرة أخرى إلى أسلوب العمل التليفزيونى التقليدى، وهو ما ترفضه صحافة الفيديو لأن هذا الأسلوب يحد من حركة الفريق ويعيق الوصول إلى مناطق جديدة غير

مكتشفة ويفرق دم العمل بين العاملين، فلا يصبح أحدهم مسئولاً عن شيء، كما أنه مضيعة للوقت، فمثلا فريق من خمسة صحفيين فيديو قام بتغطية خمس غرف للطوارئ فى خمس مستشفيات أمريكية لينتج عملاً وثائقياً رائعاً فى بضعة أيام كان يمكن إنجازه فى عدة شهور، كما أن صحفى فيديو واحداً كان بإمكانه إنتاج فيلم عن حياة مدمنة مخدرات بريطانية بشكل واقعى بعد أن ظل فى صحبتها لعدة شهور، تناول خلالها كل ما يتعلق بحياتها بتفصيل دقيق ما كان أى فريق تليفزيونى تقليدى لينتجه أبداً[7].

كما توجد مشكلة التقسيم الإدارى للعاملين فى معظم التليفزيونات العربية الذي يفصل المصورين فى جانب الفنيين والمقررين أو المراسلين فى إدارات مختلفة، ذلك رغم أن المصور مثلاً يقوم فعلاً بالعمل الصحفى كجزء من مهامة، لكن الإدارة الخاصة بالمراسلين هى ما ينتهى إليه شأن التدريب الصحفى، فإذا أرادت التوجه لاستخدام أسلوب صحافة الفيديو فى إنتاج التقارير الإخبارية، تمنح مراسليها دورات تدريبية فى هذا المجال يعود بعدها المراسل للعمل فى محيط العمل التقليدى نفسه وبالأسلوب نفسه فلا يكون التدريب الذى حصل عليه إلا مضيعة من جديد للوقت والمال[8].

صحافة الفيديو في مصر:

انتشرت صحافة الفيديو في مصر بعض ظهور شبكات التواصل الاجتماعي بسنوات قليلة ومع انتشار الفيسبو والتويتر وبعد نجاح استخدام تكنولوجيا الإنترنت التفاعلية في ثورات المجتمع المصري المعاصرة في 25 يناير 2011 وثورة 30 يونيو 2013.

ومن قبل كانت هناك بعض الحوادث الشهيرة التي جذبت الجماهير لمتابعتها أدت الي الاهتمام بصحافة الفيديو في مصر بالتحديد في عام 2006 كانت قضية الشاب المصري عماد الكبير من قضاي التعذيب النادرة التي يلاقي فيها السجانون الموزعون علي المعتقلات العالم العربي، الشيء البسيط من القصاص العادل الذي يعيد للمعذب القليل من كرامته المنتهكة بعصي "المغتصبين"[9].

فقصة عماد الكبير كتب لها نهاية مختلفة بسبب كونها جريمة انتهاك ادامية وتعذيبه اصبحت علنية ومصورة للمرة الأولى، هكذا استفادت الضحية من هوس الضابط وميوله الاستعراضية عندما تضمنت قراراته تصوير وقائع التعذيب بكاميرا الهاتف النقال لكي يكمل جريمته بفضح الضحية وسط زملاء موقف الحافلات الخاصة وثانيا لرسي الي كل اهالي منطقته وهي بولاق الدكروري في محافظة الجيزة رسالة أن لا أحد بعيد عن الصبيد وان المنطقة تحت سطوته.

تنقلت اللقطات المصورة لحفل تعذيب عماد الكبير بين سائقي الحافلات ومنها إلى اهالي المنطقة حتي تلقاها مدون شاب يسمي مدونته "دماغ ماك" ومنها انتقلت بسرعة البرق لتنضم إلى قائمة "كليبات" صورت بالطريقة نفسها لتعذيب في أقسام الشرطة، وفي احدها يسخر الضابط من متهم يقف إلى الحائط ويوجه له صفعات سريعة تثير ضحك جمهور يتفرج علي المتهم وهو يسقط من تأثير الصفع العنيف، وهناك ايضا فتاة تصرخ من ضربات بعصا غليظة علي ظهرها بينما تقف فتاة اخري مرعوبة في ركن الغرفة، هكذا تحول التعذيب الي جريمة مصورة للمرة الاولي بعدما كانت جريمة في حدود السمع وتناقل الحكايات وتتم في السراديب[10].

ومن هنا أدرك الجميع مدي قدرة الإعلام الجديد في إثارة وتحريك الرأي العام جاه قضية معينة وكسب تأييده لها خاصة أنه يقدم دليلًا قويًا لا يقبل الشك على صحة الاحداث

المصورة داخله وكانت مواقع فيسبوك أو تويتر بمثابة نواقل ترصد التجاوزات التي قام بها نظام مبارك أبرزها المخالفات في الانتخابات البرلمانية في نهاية شهر نوفمبر 2010 أي قبل اندلاع ثورة 25 يناير 2011[11].

كما كان لصحافة الفيديو دور كبير في كشف فساد والتلاعب في نتائج انتخابات مجلس النواب لصالح الحزب الحاكم في عهد الرئيس الاسبق حسني مبارك الامر الذي اكد للجميع ان نتيجة هذه الانتخابات قبل صدورها مزورة لصالح الحزب الوطني الحاكم.

وكان الإعلام الرسمي الحكومي منحاز بالطبع للسلطة والحزب الوطني الحاكم خلال هذه الانتخابات مما جعل الجمهور ينأي بعيدًا عنه من أجل معرفة الحقيقة لذا كان التوجه نحو شبكلة الإنترنت وخاصة الشبكات الاجتماعية "فيسبوك وتويتر" من اجل التعرف علي أحداث ومجريات الانتخابات والانتهاكات التي كانت واضحة للعيان خلال الفيديوهات المنتشرة بها والتي تنتشر علي موقع اليوتيوب ايضا وترصد كل مظاهر الفساد في العملية الانتخابية والتي كانت من أسباب الثورة علي النظام في 2011[12].

وكانت لقضية خالد سعيد دورًا كبيرًا في اندلاع الدعوات علي شبكة الإنترنت وعلى شبكات التواصل الاجتماعي من أجل النزول للتظاهر والاحتجاج علي النظام القمعي في 25 يناير في يوم عيد الشرطة المصرية واتجه الجمهور وقتها الي الفضائيات الخارجية مثل قناة الجزيرة والعربية للبحث عن حقائق الامور وكذلك لموقع اليوتيوب لمشاهدة الفيديوهات المنتشرة فيه والتي كشفت العديد من الحقائق وجعلت الشعب ينتفض ضد نظام مبارك ويطالب باسقاطه وتحقق لهم هذا ف 11 فبراير 2011 عندما اعلنت الرئيس تخليه عن منصب السلطة.

وكان اليوتيوب الدور الأكبر في تجميع وتفاعل الجماهير المصرية في ظل تقاعس الإعلام الرسمي عن القيام بهذا حتى وصل أعدادهم إلى 20 مليون مصري حسب بعض الإحصاءات الدولية[13].

وكان مقطع الفيديو التي نشرت عبر موقع يوتيوب في يوم 28 يناير 2011 والذي اطلق عليه يوم جمعة الغضب دور كبير في معرفة الشعب المصري كاملًا لحقوقه المهدرة.

عندما تنبه النظام الحاكم لخطورة الموقف وخطورة الإعلام الجديد المتمثل في شبكة الإنترنت بصفة عامة والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة قام على الفور بقطع خدمة الإنترنت عن مصر بأكملها بجانب الاتصالات وشبكات الهاتف المحمول لمنع انتشار الاخبار والفيديوهات حول المظاهرات. وهذا يؤكد مدي قوي الإعلام الجديد في مواجهة الإعلام التقليدي حيث نجحت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك في نقل ما يحدث في الواقع وجاءت خطوة تعطيل الفيسبوك والإنترنت في 26 يناير 2011 إلى تحويل الغضب الافتراضي لغضب واقعي في مصر[14].

وهذا بفضل مقاطع الفيديو المتعددة التي تم تصويرها أيام ثورة يناير وكانت بالملايين المشاهدين وتم انتشارها سريعًا حول العالم وتداولته معظم وسائل الإعلام العالمية ومن هنا كان علي وسائل الإعلام التقليدية أن تتغير وتتبدل من مواقفها وسياستها التحريرية لتتمكن من مواكبة التطور التكنولوجي الذي طرأ على صناعة الصحافة والاتجاه الي صحافة الفيديو بدلا من الاكتفاء بنمط الصحافة التقليدية التي لا تحدث تأثير كبير في الافراد مثل صحافة الفيديو التي ساهمت في إحداث التغيير المطلوب[15].

الأمر الذي جعل الأفراد في المجتمع المصري يتجهون إلى الإنترنت والإشتراك بمواقع التواصل الإجتماعي بدرجات كبيرة وزاد عدد متابعي موقع الفيديو الاول في العالم "يوتيوب" بدرجة كبيرة خاصة بعد حرص كل المؤسسات الصحفية والإعلامية علي إنشاء قنوات خاصة بها عليه لرفع ملفات الفيديو الخاصة بها وزادت مقاطع الفيديو سواء كانت مصورة علي يد مصورين محترفين أو حتي علي ايدي مواطنين بكاميرات هواتفهم المحمولة كما قامت مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية جديدة بدور مؤثر في حشد الحماهير وتبادل المعلومات حول الانتهاكات الخاصة بحقوق الانسان وسرعة نشرها في وسائل الإعلام والتنسيق لاقامة الاعتصامات والتظاهرات خلال ثورة الشعب في 25يناير 2011 و30 يونيو 2013[16].

وهو ما أدى إلى زيادة اهتمام الجمهور بتصوير مقاطع الفيديو ونشرها عبر شبكة الإنترنت سواء كانت موضوعاتها سياسية أو إجتماعية أو رياضية أو فنية، بل اتجه العديد من الأفراد إلى إطلاق قنواتهم الخاصة بهم لعرض ملفات الفيديو التي يصورنها بكاميراتهم الخاصة بل هناك من صور الكثير من اوجه الفساد المنتشرة في ربوع مصر وفضح المفسدين وبدأت القنوات الفضائية تعتمد علي صحافة الفيديو الموجودة على اليوتيوب[17].

ومن ثم فإن الدور الذي لعبته صحافة الفيديو لا يمكن إنكاره في الاحداث الهامة والحاسمة في تاريخ مصر فكانت صحافة الفيديو هي الموثق للأحداث والقضايا باستمرار وهي التي تحمل في ثاياها الدلائل علي صدق القصة الاخبارية دون تحيز او تشويه، فالفرد الذي يقرأ خبر يكون أقل تصديقًا له بكثير ممن يري هذا الحدث علي هيئة فيديو من صوت وصورة[18].

لاسيما أن بعض الدراسات أكدت علي تصدر المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت لترتيب مصادر الحصول على المعلومات خلال أحداث الثورة كما جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة هذه المصادر وبنسبة مرتفعة جدًا وصلت إلى 98%[19].

واكدت الدراسة ان ترتيب المواقع جاء كالاتي : الفيسبوك ويوتيوب وتويتر والمدونات وماي سبيس وهاي فايف وفريندستر وانستجرام. وانها لعبت الدور الاكبر في احداث الورة في 30 يونيو حيث تميز موقع اليوتيوب بنشر مقاطع الفيديو حول الثورة سواء كانت مقاطع تليفزيونية أو تصوير خاص بأحد الأفراد[20].

نقابة الصحفيين المصريين ترفض الاعتراف بصحفي الفيديو:

فى مصر لا توجد أية جهة مسئولة عن صحفى الفيديو الذى يعمل غالباً بشكل حر بعيداً عن المؤسسات الكبرى، لا نقابة كنقابة الصحفيين مثلاً ستضمه إليها في الوقت الحالي نظر لعدم تغير قانون النقابة الموجود منذ عام 1970 اي منذ ما يقارب الخمسين سنة دون تغير وهو قانون نقابة الصحفيين رقم 76 لسنة 1970 حتي الان ونحن في عام 2019،الامر الذي يجعل من قيد صحفي الفيديو في إحدى جداولها أمر مستحيل قبل ان يتم تعديل القانون ومن ثم يلجأ صحفي الفيديو إلى دخول النقابة ويصبح عضوًا بها كمحرر صحفي عادي وله شغل مطبوع في الصحف الورقية. ومن ثم فنقابة الصحفيين بالتحديد ترفض الاعتراف بصحفي الفيديو بالرغم من انه أصبح أمر واقع في الحياة الصحفية والإعلامية.

كما هو الحال لم تعترف نقابة السينمائئين بصحفي الفيديو وهي النقابة التى تضم فى مصر كلاً من التليفزيونيين والسينمائيين – مسئولة عن العمل الصحفى، ولا أى جهة أخرى مسئولة عنه حتى المركز الصحفى التابع للهيئة العامة للاستعلامات لا يختص بالمساعدة وإصدار التصاريح إلا للصحفيين الأجانب، أما المصريون فيبدو أنهم ليس من حقهم ممارسة العمل الصحفي في مصر. مما يعنى أن فوضى حتمية ستحدث في هذا المجال، خاصة مع أسلوب التضييق الأمني ووضع العقبات أمام العمل الصحفى بشكل عام، أى أن كل صحفى فيديو حر لن يجد من يعطيه التصاريح اللازمة لعمل التغطيات، وذلك لن يمنعه بحال من الأحوال أن يؤدي عمله فالحرية تطور طبيعى للحياة الإنسانية لن يستطيع أحد إيقاف تدفقها، وبالتالي سيعمل ولكن متسللاً عبر الأبواب الخلفية[21].

وفي مصر قامت جريدة المصري اليوم بتقديم خدمتها تحت شعار "عشان من حقك تعرف" واطلقت جريدة اليوم السابع "فيديو 7" وهو من اكثر نمتذج صحافة الفيديو نجاحًا واقبالًا من قبل الجمهور لما تتسم به من السرعة في تغطية الأحداث بشكل لحظي وسريع.

كما اضافت جريدة الأهرام المصرية القومية تبويبًا خاصًا تحت مسمى "مقاطع الفيديو".

وكذلك جريدة الوفد التي انشأت تبويبًا خاصًا بصحافة الفيديو على موقعها الإلكتروني[22].

مراجع الفصل الثامن

(1) غادة اليماني، **التأثيرات المعرفية للفيديوهات المصاحبة للأحداث الارهابية : دراسة تجريبية علي طلاب الصحافة**، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، العدد الثاني، ابريل – يونيو 2015، ص 114.

(2) غادة اليماني، التاثيرات المعرفية للفيديوهات المصاحبة للاحداث الارهابية، **مرجع سابق**.

(3) غادة اليماني، **مرجع سابق**.

(4) مؤمن جبر عبد الشافي، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة التأثيرات المعرفية بالصحف لدي الشباب**، (مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، 2011). ص 35.

(5) مؤمن جبر عبد الشافي، **المرجع السابق**.

(6) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق**.

(7) عماد عمر، **وسائط الإعلام الجديدة، فضاءات إعلامية متاحة ومصادر معلوماتية هامة – التواصل الإعلامي وثورة 25 يناير المصرية نموذجًا** (المؤتمر العلمي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة : الإعلام وبناء الدولة الحديثة، القاهرة 1-2 يوليو 2012) ص 112.

(8) سحر وهبي، **اتجاهات الناخبين نحو اساليب الدعاية الانتخابية التي استخدمها المرشحون في انتخابات مجلس الشعب 2005** (القاهرة: المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر لكلية الإعلام: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، مايو 2007).

(9) أماني الحسيني، **العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية** (المجلة العلمية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخمسون، يناير – مارس، 2015).

(10) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق،** ص 100.

(11) أحمد ابراهيم عطية، **مرجع سابق،** ص 104.

(12) عماد عمر، وسائط الإعلام الجديدة، فضاءات إعلامية متاحة ومصادر معلوماتية هامة – التواصل الإعلامي وثورة 25 يناير المصرية نموذجًا، **مرجع سابق،** ص 111.

(13) سحر وهبي، اتجاهات الناخبين نحو أساليب الدعاية الانتخابية التي استخدمها المرشحون في انتخابات مجلس الشعب 2005، **مرجع سابق.**

(14) عماد عمر، وسائط الإعلام الجديدة، فضاءات إعلامية متاحة ومصادر معلوماتية هامة – التواصل الإعلامي وثورة 25 يناير المصرية نموذجًا، **مرجع سابق،** ص 114.

(15) عماد عمر، **مرجع سابق.**

(16) نهي عاطف العبد، **اعتماد الشباب الجامعي المصري علي شبكات الاواصل الاجتماعي في استقاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو** (المجلة المصرية

لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والخمسون، ابريل – يونيو 2015).

(17) أماني الحسيني، **مرجع سابق.**

(18) نهي عاطف العبد، **مرجع سابق.**

(19) أحمد إبراهيم عطية، **مرجع سابق.**

(20) عماد عمر، **مرجع سابق.**

(21) سارة سعيد، **هل تعترف نقابة الصحفيين بـ"صحافة الفيديو" رسميًا قريبًا؟**، مقال منشور (القاهرة : جريدة الوطن ،21-12-2017).

(22) سارة سعيد، **مرجع سابق.**

الفصل التاسع

دوافع استخدام صحافة الفيديو
وعوامل نجاحها

تمهيد:

فرضت تكنولوجيا الاتصال الحديثة واقع إعلامي جديد بتوفير وسائل نشر بديلة تتمتع بدرجة عالية من الحرية وسهولة الاستخدام وانخفاض الكلفة وذلك للتخلص من سيطرة النخب الإعلامية على وسائل الإعلام التقليدية في المجتمع وغياب المصداقية في وسائل الإعلام التقليدية[1].

الدوافع التي تشجع الصحفيين والإعلاميين والأشخاص الآخرين على استخدام صحافة الفيديو[2]:

-التكلفة المنخفضة لصحافة الفيديو بالمقارنة بالأجهزة الكبيرة ذات المبالغ الضخمة.

- سرعة البث للحدث وتوافر عنصر المرونة والقدرة علي الاستجابة السريعة للاحداث الراهنة.

- قدرة الصحافة الفيديو على تغطية العديد من فنون التحرير الصحفي المختلفة ومن ثم فهي تحتاج إلى إعداد مسبق في بعض الفنون الصحفية كالحوار والتحقيق والتقرير والقصة الاخبارية إلا أن تغطية صحافة الفيديو للخبر غالبًا ما تلعب الصدفة دور كبير في تواجد صحفي الفيديو في موقع الحدث.

كما أكدت دراسة حديثة عن اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة الفيديو على شبكة الإنترنت أن نسبة كبيرة من الشباب اهتمت بمتابعة صحافة الفيديو حيث جاءت نسبة استخدام الشباب لصحافة الفيديو دائما وأحياناً بنسبة 75.5% وهذا يوحى بأن هذا النموذج لم يعد مجرد حالة ترفيهية، بل أصبح فى صلب العملية الإعلامية واحتلت مواقع التواصل الإجتماعى المرتبة الأولى من تفضيل المبحوثين لمواقع صحافة الفيديو بنسبة 71.3%[3].

السمات التي ينبغي توافرها لنجاح صحفي الفيديو في عمله[4]:

- تكوين شبكة من العلاقات الاجتماعية في مجال العمل الإعلامي بمختلف المصادر الحياتية من متخصصين وخبراء ومسئولين بالدولة وسفراء ووزاراء دول أجنبية شأنك في ذلك شأن الصحفي التقليدي.

فشبكة علاقاتك العامة هى أساس قدرتك علي الحصول علي المادة الفلمية التي تُريد أن تصنعها بسهولة، كما ينبغي عليك أن تعرف مصادرك معرفة شخصية ليست مجرد رقم تليفون أو بريد إلكتروني يمكن تجاهلهم بسهولة وأيضاً لا تقتصر شبكة علاقاتك على شخصيات عامة بل شخصيات من كل طبقات المجتمع والتي تستطيع التصوير معها بسهولة في أى وقت[5].

- في قصتك الصحفية لا تعتمد علي الفيديو وحده بل عليك كتابة متن كامل مزود بالصور والفيديو لتدعيم قصتك الصحفية وتجعل الزائر أو المشاهد أو القارئ يستفيد أقصى إستفادة ممكنة وتصل إليه القصة الصحفية بأسلوب مميز يحتوي على معلومات كاملة عن القصة.

عليك أن تطور مهاراتك في التصوير[6].

- يجب تطور مهاراتك في تصوير الفيديو وتعلم أساسيات التصوير وكيفية إستخدام الكاميرا وتعلم أساسيات التصوير الصحفي وتصوير الفيديو في الصحافة ليس بالأمر الصعب كالتصوير السينيمائي فإذا كنت تعرف الأساسيات فيمكنك التصوير ولا يهم الجودة وما خلافة من هذه الأمور فالأهم هو الحدث وتوصيل القضية.

- عليك تعلم فنون ومهارات التعليق الصوتي الفويس أوفر والناريشن وأحرص دائماً أن يكون تسجيل الصوت منفصل عن الكاميرا وحاول أن يكون الصوت ذو جودة ونقاء عالى وإليك بعض النصائح عن تسجيل الصوت لتقرير صحفي فيديو[7].

1- النص الذى تقرأه حاول أن يكون مختصر.

2- لا تستخدم الكلمات الأدبية الغير مفهومة بل استخدم لغة إعلامية سهلة يسهل فهمها ومحتفظة بقوامها الأدبي.

3- لا تشرح ما تشرحة الصورة علي الشاشة.

- لابد من تعلم المونتاج أو الفوتوشوب هو من إحدى المهارات الأساسيّة التي يجب على صحفي الفيديو التحلّي بها.

- لا يهم مطلقاً اسم أو نوع البرنامج الذي تستخدمه في المونتاج على عكس ما يرى الكثيرين. هناك فقط مفاهيم نظرية أساسية مشتركة وأدوات رئيسة موجودة في مختلف برامج المونتاج وعليك تعلّمها. تتضمن هذه المفاهيم العامة كيفية اقتصاص الفيديو، وكيفية - مزج الصوت بالصورة، وكيفية ترتيب الفيديوهات الموجودة لديك، وكيفية تصحيح ألوان الصورة إن ظهرت الحاجة، وآليّة التقطيع لتكوين جملة بصرية منطقية، وكيفية حفظ الفيديو بالمعايير المقبولة للتلفزيون[8].

كيف أكون صحفي فيديو شامل؟

هناك العديد من المهارات التي وضعها عدد من الخبراء والمتخصصين والكتاب من أجل أن يكون الصحفي التقليدي صحفي فيديو شامل ومحترف[9] وتتلخص مهمة صحفي الفيديو في الآتي:

- البساطة في تغطية الأحداث.

- تصوير مقابلات.

وإنتاج القصص المرئية المسموعة للمواقع الإلكترونية التي تقدم خدمة صحفية، او للعديد من المؤسسات لنشرها على أكبر عدد من المهتمين والمتابعين.

- بالنسبة لبند الرواتب، فهو يتحدد وفق المهارات التي يمتلكها الصحفي من تحرير وتصوير ومونتاج، فاعلى اجر يحصل عليه الصحفي الذي يجيد هذه المهارات مجتمعة، لكن في المتوسط يحصل صحفي الفيديو على راتب شهري 1500 جنيه، كما انه لا يختلف كثيرا عن راتب الصحفي العادي في المؤسسة الصحفية، كما انه يمكن لصحفي الفيديو ان يعمل مستقل ويبيع انتاجه الى المؤسسات الصحفية لكن القيمة المادية للفيديوهات يظل تقديرها للمؤسسة وفق جودة واهمية الفيديو نفسه. ويمكنه ان يحصل علي مقابل نشر اعلانات جوجل علي قناته او صفحته من خلال ربط حسابه بجوجل أدسنس والحصول علي مئات او الاف الدولات بعد الوصول لعدد معين من المشاهدات علي الفيديو الخاص به في قناته او صفحته او موقعه مع مراعاة الضوابط والشروط التي يضعها جوجل أدسنس من أجل استمرار التعاون وحينئذ يحصل الصحفي علي الاف الدولارات شهريا من عوائد اعلانات جوجل علي قناته[10].

- ولكي تصبح صحفي فيديو عليك المعرفة الجيدة بالتكنولوجيا من المهارت الأساسية في التصوير إلى مهارات تسجيل الصوت والمونتاج، وكيفية معالجة قصة خبرية بصريًا وفنيًا، ولا تنسى وانت تتعلم هذه المهارات ان تكتشف في نفسك المرونة وسرعة الحركة إضافة إلى مهارات إدارة المشاريع الأساسية إذا قررت ان تعمل مستقلًا وتبيع انتاجك الى المواقع الإلكترونية ووكالات الأنباء[11].

– من أجل أن تصبح صحفي فيديو ليست مسألة صعبة، فقط ابدأ بالتجريب فلست بحاجة للحصول على شهادة في صحافة الفيديو، فكل ما هنالك عليك ان تتبع نصيحة جشوا هاتش منتج الوسائط المتعددة في صحيفة "يو أس أي توداي": "تعلمت مهاراتي من خلال إحاطة نفسي نفسي بأشخاص يعرفون أكثر مني. أشاهد ماذا يفعلون، أطرح أسئلة، أقوم بجزء من عملهم، أقوم بأشياء على عاتقي وأطلب نصيحتهم. أبحث عن الفرص للعب والتجريب، وتتراوح مصادر المعرفة التي تحتاجها كصجفي فيديو من المواقع الإلكترونية إلى الكتب إلى آراء أشخاص آخرين". فإذا كنت تمتلك جهاز كمبيوتر، وكاميرا ديجيتال بها امكانية تصوير الفيديو، ومدونة مجانية. يمكنك أن تبدأ الآن في العمل[12].

ويعتبر هذا النوع من الصحافة في وسائل إعلام عدة بديل عن التقرير التلفزيوني لذلك كان من الضروري أن يعتمد على معلومة دقيقة وصورة دقيقة ويجب أن يحيط بالموضوع من كافة جوانبه ويقدم الإجابة عن أي تساؤل لدى الجمهور، إضافة لتخطي العقبات التي قد تواجه صحافة الفيديو من الجهد المتواصل في المونتاج والجرافيك وتطوير مهارات الأشخاص العاملين في هذا النوع الصحفي.

وقدمت دليلا مبسطا لبعض مبادئ الإنتاج المرئي المسموع ويتضمن الدليل إرشادات خاصة بالتجهيزات، والتصوير، والإضاءة، كما يحتوي على نصائح مستقاة من خبرات متراكمة في كيفية التخطيط للعملية الإنتاجية وكتابة النصوص[13].

وهناك عدد من المواد المصورة داخل صحافة الفيديو، واختلفت أنواعها بحسب القوالب الصحفية، ومما لا شك ان هذه المواقع تتيح للصحف امكانية وضع تقارير فيديوية ضمن ابوابها لتكتسب ميزة طالما انفردت بها محطات التليفزيون تضيفها إلى ميزاتها كصحيفة مقروءة، وتنوَّعت المواد المصورة كالتالي[14].

الأخبار: وهو تغطية حدث ما مثل إنفجار أو مؤتمر أو تظاهرة وعرضها في شكلها المجرد، وتعرض فيه الحدث، المكان، الزمان، الأشخاص، والسبب، ويكون بشكل مختصر وهدفه عرض معلومة عن حدث ما قد وقع.

التقرير الإخباري: وهي التغطية الصحفية الكاملة لحدث معين، مثل المؤتمرات، وجلسات الشعر، والندوات، والوقفات الإحتجاجية.. إلخ، حيث يتم أخذ مقتطفات تلخص فكرة الحدث، بالإضافة إلى لقاء مع أحد أو مجموعة من المنظمين أو المسئولين عن هذا الحدث.

التقرير الخاص: وهي فكرة تخص الصحفي إبتكرها هو أو وجدها في طريقه، وقرر أن يعالجها من الزاوية التي يريدها، ولا يلاحظها الكثير.

ويرى صحفيون مختصون أنه ورغم ريادة هذا النوع الصحفي إلا أن هناك مجموعة من المهارات التي يحتاجها صحفي الفيديو ليكون عمله ذو جودة وفائدة ومنها:

البحث الأول: حيث يتوجب على الصحفي البحث عن الأفكار الخبرية التي تصلح لتقرير مصوّر، بالإضافة إلى تحديد زاوية المعالجة الفنيّة والبصرية لتلك القضية بشكل جديد لم يجر التطرق اليه من قبل.

جودة القصّة: حيث يجب أن تحتوي القصة على شخصيّة مؤثرة وبإمكانها تجسيد الحالة للموضوع الذي تتناوله. إضافة لتقديم قيمة خبرية للمشاهدين أو للجمهور المستهدف.

التصوير: وعليه يتوجب أيضًا على الصحفي تعلّم المهارات الأساسية في التصوير واختيار الّلقطات المناسبة للقصة.

الكتابة: من خلال إختيار الجمل القصيرة وذات المغذى وعدم وضع الكلمات التي لا ضروري لها واختيار الكلمات البسيطة التي تناسب قصتك.

المونتاج: هو من إحدى المهارات الأساسيّة التي يجب على صحفي الفيديو التحلّي بها. من أجل ترتيب الفيديوهات الموجودة لديك.

المدة الزمنية: من المتعارف أنه يجب ألا تزيد مدة القصة عن 90 ثانية وكلما كانت المدة أقل، كلما كان ذلك أفضل، مع تنويع اللقطات لضمان بقاء المشاهد أمام قصتك للنهاية[15].

كما أن "صحافة الفيديو"، وسواء دافعنا عنها أو انتقدناها، فإنها باتت جزءًا لايستهان به في المنظومة الإعلامية، وهي مُرشحة لتعاظم دورها في المستقبل القريب، وعليها أن تُعدل من مسارها في الاتجاه الذي يبني ولايهدم، فقد يكون الانحياز إلى موقف معين ممكنًا فهمه في حالة التعبير عن رأي خاص من خلال مدونة إلكترونية، أو شريط فيديو يتم توزيعه على الإنترنت، لكن هذا الأمر غير مبرر أبدًا بالنسبة لوسائط إعلامية جماهيرية؛ من المفروض أن تتوخى الدقة والموضوعية في تعاملها مع الخبر؛ كونها تؤثر في الرأي العام وتشكله[16].

عوامل جذب الجمهور لصحافة الفيديو:

ويحدد مارك هوكاداى خمسة سمات لجعل المستخدمين للانترنت ينجذبون لصحافة الفيديو[17]:

السمة الأولى: توظيف المحتوى المؤثر الجاذب للأفراد سواء كان قصة اخبارية، أو موضوع غير اخبارى.

السمة الثانية: الصياغة الموجزة المركزة فالمستخدمين لديهم مجال انتباه قصير، إذا لم يتم جذبهم من البداية لن يكملوا القصة، ويفضل وضعها فى الجانب الأيسر من الصفحة.

السمة الثالثة: الاتسام بالبساطة وليس التعقيد الذى تتسم به اشرطة النشرات الاخبارية التليفزيونية.

السمة الرابعة:جذب المشاهدين صورة قوية يضغط عليها المستخدم ليشاهد الفيديو.

السمة الخامسة: جذب المشاهدين بنص مصاحب للفيديو قوى ومباشر ومركز.

ومؤخرًا أصبحت كافة الشبكات الاجتماعية منصة لنشر كافة أشكال الفيديو سواء من المواطنين أو العاملين في حقل الصحافة والإعلام واحد أهم المصادر لبعض المؤسسات الصحفية والإعلامية[18].

مراجع الفصل التاسع

(1) شريف درويش اللبان، **الفيسبوك والإعلام البديل**، ورقة بحثية (مؤتمر الفيسبوك والشباب، القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، يوليو 2009.

(2) غادة اليماني، **التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للاحداث الارهابية – دراسة تجريبية**، ص 112.

(3) شريف درويش اللبان، **مرجع سابق**.

(4) نها عبد المعطي، **اتجاهات الشباب المصرى نحو صحافة المواطن على شبكة الإنترنت)**، رسالة ماجستير، غير منشورة بكلية الآداب قسم الإعلام جامعة المنصورة 2014.

(5) نها عبد المعطي، **المرجع السابق نفسه**.

(6) محمود سامي، **كيف تكون صحفي فيديو؟**، مقال منشورة في جريدة الوطن، 5ديسمبر 2018.

(7) محمود سامي، **المرجع السابق نفسه.**

(8) محمود سامي، **المرجع السابق نفسه.**

(9) علي ابراهيم، **نصائح هامة لمن يودّ العمل في صحافة الفيديو**، مقال في جريدة الشرق الاوسط بتاريخ 19 اكتوبر 2018.

(10) علي الإبراهيم، نصائح هامة لمن يودّ العمل في صحافة الفيديو، **مرجع سابق.**

(11) حسن فتحي، **صحافة المواطن**، مقال منشور في جريدة الاهرام المسائي المصرية، 22 ديسمبر 2016.

(12) غادة اليماني، التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للاحداث الإرهابية – دراسة تجريبية، **مرجع سابق.**

(13) أحمد إبراهيم، **مرجع سابق.**

(14) علي الإبراهيم، نصائح هامة لمن يودّ العمل في صحافة الفيديو، **مرجع سابق.**

(15) محمود سامي، **المرجع السابق نفسه.**

(16) أحمد إبراهيم، **مرجع سابق.**

(17) حسنين شفيق، **مرجع سابق**، ص60.

(18) محمود علم الدين، **السلطة الخامسة: تراجع وسائل الإعلام التقليدية وصعود صحافة وإعلام المواطن** (القاهرة : مكتبة العربي،2014).

الفصل العاشر

دراسات تناولت صحافة الفيديو ومكاسبها

تمهيد:

أضفت صحافة الفيديو التي انتشرت أخيرًا عبر مواقع إلكترونية ميزة جديدة إلى عالم الصحافة والإعلام في أمور عديدة من أبرزها مواكبة الحدث لحظة وقوعه في تطور باتت مواقع إلكترونية ومؤسسات إعلامية محلية تسير باتجاهه وترى فيه إعلام المستقبل الذي ينبغي التعامل معه بكل آلياته وأدواته وتحدياته. وتتميز صحافة الفيديو بقدرتها على الوصول الى جميع المتلقين بغض النظر عن أعمارهم أو مستوياتهم التعليمية فيما قد تصل الصحافة المكتوبة للمتعلمين أو القادرين على القراءة ما يستدعي زيادة الاهتمام من القائمين على هذا النوع من الصحافة. وصحافة الفيديو على أهميتها لا تغني عن الأشكال التقليدية للصحافة المكتوبة التي تتكفل بتحليل الصورة ونقل أبعاد وخلفيات المشهد وشرحه مشيرًا إلى ان التضليل ممكن أن يتم في صورة الفيديو كما يمكن أن يتم في كل اشكال العمل الصحفي، والمرجعية في ذلك، المؤسسة الصحفية والصحفي نفسه.

و الخطورة في صورة الفيديو تكمن في قوة تأثيرها على الرأي العام باعتبارها صورا حقيقية غير قابلة للدحض ما يضاعف المسؤولية على المؤسسات الإعلامية التي تتبع هذا النوع من الإعلام بحيث يجب أن تتحلى بالمصداقية.

وثمة فروقات هائلة بين صحافة الفيديو وبقية الأنواع الصحفية من مكتوبة إلى مسموعة إلى مرئية لأن صحافة الفيديو توظف عددًا أكبر من الحواس مقارنة بالصحافة المطبوعة، ففي صحافة الفيديو يشاهد المتلقي ويسمع بينما

في الصحافة المطبوعة والمواقع الإلكترونية يقرأ ويرى صورة ثابتة فحسب.

صحافة الفيديو بدأت في العديد من الدول المتقدمة منذ فترة طويلة واستطاعت تحقيق نجاحات كبيرة، حيث تحول الصحفي هناك إلى ما يسمى بالصحفي التلفزيوني وهو الذي يعنى بحمل كاميرا الفيديو خاصته ويبحث عن الموضوعات التي تهم أكبر قطاع ممكن من الناس ويكشف الخلل ويسلط الضوء على معاناتهم موثقا ذلك بالصورة التي تغني عن ملايين الكلمات.

بعض الدراسات التي تناولت صحافة الفيديو:

تناولت عدد من الدراسات صحافة الفيديو ودورها وتأثيرها في المجتمع ومنها الدراسة التي سعت إلى الكشف عن تأثير صحافة الفيديو فى الصورة الذهنية لرجال الأعمال[1]. وأنه يمكن تحقيق ذلك من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية والتى يمكن تلخيصها بالتعرف على أهم أنواع الصور المنشورة فى صحافة الفيديو الإلكترونية ونوعية الموضوعات الاقتصادية المصاحبة للصورة فى صحافة الفيديو الإلكترونية وأهم السمات الفنية للصورة الإقتصادية فى صحافة الفيديو الإلكترونية وعلاقتها بصيغتها الإعلامية.

كما استهدفت الدراسة التعرف على مصادر الصورة الصحفية الإلكترونية المنشورة فى صحافة الفيديو الإلكترونية والقضايا التى يثيرها مضمون الصورة الصحفية فى صحافة الفيديو والهدف من نشر الصورة الإقتصادية فى تكوين الصورة الذهنية لرجال الأعمال فى صحافة الفيديو الإلكترونية والتعرف على نوعية الصورة الذهنية المكونة لدى رجال الأعمال عن أنواع الأعمال الاقتصادية والقرارات التى أتخذها رجل الأعمال.

وأوضح أن هذه الدراسة سعت إلى التعرف على نوعية الموضوعات الاقتصادية المصاحبة للصورة فى صحافة الفيديو الإلكترونية، ومعرفة مصادر الصورة الصحفية الإلكترونية المنشورة فى صحافة الفيديو الإلكترونية، إلى جانب رؤية القضايا التى يثيرها مضمون الصورة الصحفية فى صحافة الفيديو والتوصل إلى الهدف من نشر الصورة الاقتصادية فى تكوين الصورة الذهنية لرجال الأعمال فى صحافة الفيديو الإلكترونية[2].

وأضاف أن مجتمع الدراسة التحليلية تمثل فى خمس صحف، التى تهتم بالجوانب الاقتصادية ولها متابعة من قبل رجال الأعمال الخليجيين وهى صحف البيان الإماراتية، القبس الكويتية، الرياض السعودية، عمان اليوم العمانية، والأيام البحرينية.

وتم تطبيق الدراسة فى الفترة الزمنية من يناير حتي ديسمبر 2017 باستخدام أسلوب الأسبوع الاصطناعى.

2017 كما تمثل مجتمع الدراسة الميدانية فى عدد من رجال الأعمال من دول مجلس التعاون الخليجى وهى السعودية والإمارات والبحرين والكويت وعمان، وتم توزيع

الاستمارة على عينة قوامها (150) مفردة بعدد 30 مفردة لكل دولة باستخدام أسلوب العينة العشوائية، بحيث تتضمن العينة مجموعة متنوعة تختلف فيما بينها في (الجنس، العمر، الحالة التعليمية، الحالة الاجتماعية)، وتم التطبيق باستخدام تحليل المضمون للدراسة التحليلية، واستمارة الاستبيان للدراسة. وإنتهت الدراسة إلى عدة توصيات منها ضرورة تعزيز الجهد العلمي والأكاديمي لبناء نظرية متكاملة لواقع الإنترنت والاقتصاد وعلاقته بالجمهور من جانب ولصحافة الفيديو ودورها الاقتصادي من جانب أخر وإيجاد المناخ والآليات المناسبة والموارد الكافية وسبل التعاون الملائمة لتحسين انتشار صحافة الفيديو عبر العالم العربي كواسطة أساسية وأولية لإنتشار الأخبار عليها[3].

كما اوصت بتوفير المناخ والآليات العلمية والمادية لبناء مجموعة من القيم والمبادئ المهنية والأخلاقية الخاصة بصحافة الفيديو في الوطن العربي والإسهام بشكل أكثر فاعلية في الجهد الدولي الراهن في هذا الإطار وتكثيف الدراسات الخاصة بالجمهور المستهدف وتعزيز علاقات التعاون بين الجامعات وبين المواقع الإلكترونية أو المؤسسات الإعلامية التي لها مثل هذه المواقع بغية إنجاز هذا النوع من الدراسات التي تتطلب خبرة الجامعات وتقاليدها ودعم المؤسسات ماديًا وعلميًا.

كما انتهت أيضا بتوصيات تتعلق بالإطار الخاص للبحث(الصحف الاقتصادية الخليجية) والتى اكدت على ضرورة تدعيم الصحافة الاقتصادية وتحسين دورها الإخباري، ليتجاوز الحدود الحالية التي تبقيها في إطار محدود وهنا نشير إلى أن العدد المحدود جدًا من المحررين الاقتصاديين لا يمكن أن يكون كافيًا ولا ملائمًا لإنجاز موقع إخباري اقتصادي مواكب للأحداث الاقتصادية العالمية التي تمر بها الأسواق العالمية بشكل عام والأسواق العربية بشكل خاص[4].

كما أوصت بضرورة استكمال البناء الفنى والتقنى والتحريري للعاملين بالصحف والمجلات الاقتصادية ليكونوا مواكبين للتطورات الحاصلة فى ميدان صحافة الإنترنت وتطوير الجهد التقني للمواقع والمجلات المهتمة بالشأن الاقتصادي وتعزيز ربطه بأكبر الخوادم العالمية وأكثرها فاعلية، وريطه أيضا بالمواقع الأساسية في العالم مثل جوجل ويوتيوب لضمان الإنتشار وتعزيز العلاقة التبادلية بين موقع الصحف والمجلات الاقتصادية العالمية ونظيرتها بالوطن العربي، من خلال رفد الموقع بالمزيد من الموضوعات المعدة له من مكاتب الفضائية الخارجية[5].

– كما استهدفت دراسة أخرى تحت عنوان "إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدي إعتماد الجمهور عليها " التعرف علي إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدي إعتماد الجمهور عليها،وذلك بتحليل الفيديوهات المنشورة علي موقع اليوم السابع تحت مسمي (video 7)وكذلك تحليل لفيديوهات المنشورة علي بوابة الأهرام الإلكترونية عبر قسم المالتيميديا خلال الفترة من (1 مارس 2018، وحتي 31 أغسطس 2018) وبلغ عد هذه الفيديوهات (6316) فيديو منشورعلي الموقعين، وكذلك اجراء دراسة ميدانية على (11) من صحفي الفيديو بالمواقع الإخبارية المختلفة ويكون لديهم الصلاحيات والمسئوليات لإعطاء دلالات ومعلومات تثري البحث من واقع الموقع الوظيفي لديهم بمسئوليتهم عن إدارة صحافة الفيديو، بالاضافة الي تطبيق الدراسة الميدانية علي (410) مفردة من الجمهور المستخدم للإنترنت، في أربع محافظات (الشرقية، المنوفية، القاهرة، بني سويف)[6].

وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج: منها أن اليوم السابع قد أنشأت موقعا خاصا بصحافة الفيديو، وبدأ العمل به فى 25 يناير 2012، بينما لا تمتلك بوابة الأهرام الإلكترونية موقعًا خاصًا بصحافة الفيديو وفق هذا المسمى، وتقدم كافة المحتوى الخاص بصحافة الفيديو عبر قسم "المالتيميديا". حازت اليوم السابع على المرتبة الأولى من حيث عدد مشاهدات ومتابعات الجمهور لها يليها بوابة الأهرام، وهو ما أكدت عليه مجموعة الجوائز التي حصدتها اليوم السابع كأفضل موقع يهتم بنشر صحافة الفيديو ومن بينها جائزة اليوتيوب الذهبية[7].

استحوذت اليوم السابع علي أكبر عدد من الفيديوهات المنشورة خلال فترة الدراسة وهي 6 أشهر، بواقع 5538 فيديو لليوم السابع، في مقابل 778 فيديو منشور في جريدة الأهرام.

بالرغم من تنوع الأحداث خلال الفترة الماضية وتنوع اهتمامات الجمهور، إلا أن الدراسة أسفرت عن أن الموضوعات الرياضية هى الأكثر فى معدلات النشر بموقع اليوم السابع، بينما اهتمت الأهرام بالموضوعات التعليمية والدروس الطلابية.

كما جاءت نتائج الدراسة لتؤكد ثقة الجمهور المحدودة فى صحافة الفيديو رغم الإنتشار الكثيف لها[8].

وبعدما خلصت الباحثة من مناقشة النتائج العامة للدراسة توصلت الباحثة لمجموعة من التوصيات التي تساعد علي تطوير صحافة الفيديو والارتقاء بها، كما اقترحت الدراسة مجموعة من التوصيات المستقبلية، ومنها ضرورة إتاحت وتطوير الأدوات التكنولوجية اللازمة لإنتاج الفيديوهات بطريقة إحترافية،مع التنوع في نوعية الكاميرات ونوعية الأجهزة الإتصالية المناسبة لإنتاج ونشر الفيديو في نفس الوقت، وعمل دورات تدريبية مكثفة للعاملين بصحافة الفيديو، والإستعانة بالخبراء والمتخصصين في صحافة الفيديو للمساهمة في تطوير مهارات صحفيي الفيديو ومن ثم الارتقاء بصحافة الفيديو والتعامل معها علي أساس أنها وسيلة إتصالية قائمة بذاتها - كما يراها الباحثون الأجانب - تستطيع تحقيق الهدف منها بنفسها، وليست كخدمة مقدمة من خدمات الصحافة الإلكترونية[9].

كما طرحت الدراسة مجموعة من المقترحات البحثية التي تراها الباحثة مرحلة تالية للبحث الراهن وتتمثل في: مستقبل صحافة الفيديو في مصر والعالم العربي وهل ستصبح صحافة الفيديو بديلاً للصحافة الإلكترونية أم ستظل مسانداً وداعماً لها، وإمكانية إستخدام الذكاء الإصطناعي في إنتاج صحافة الفيديو، وتطوير دراسات عن نظم إدارة صحافة الفيديو خاصة مع توجه الوكالات الإعلامية ووكالات العلاقات العامة ووكالات الإعلان إلي إنشاء أقسام بصحافة الفيديو الخاصه بها.

وهناك دراسة أخري عن صحافة الفيديو استهدفت رصد مدى اعتماد الشباب المصرى على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، واعتمدت الباحثة في عينة البحث على عينة عمدية سواء للدراسة التحليلية أو الميدانية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحى التحليلى، واعتمدت على الإستبيان كأداة لجمع البيانات[10].

وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية[11]:

- حصل موقع يوتيوب على الريادة في تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو 53.5% تلاه موقع جوجل ثم الياهو في المرتبة الثالثة وهذه النتيجة شبه متوقعه نظرا لإعتبار موقع يوتيوب هو الاكبر على مستوى العالم في احتواء عدد كبير من ملفات الفيديو غير المتخصصة تخطى عددها المليارات.

- جاء ت نتيجة عدد المفات الخاصة بالتحرش قليلة بالنسبة للملفات الأخرى ويراعى عدم الالمام بكل الملفات على مواقع ملفات الفيديو سواء المنتشرة على الإنترنت أو مواقع (اليوتيوب وجوجل فيديو وياهو فيديو) فربما تكون هذه الملفات متوفرة تحت مسميات أخرى لكلمات البحث إلا أنها كانت الأعلى من حيث الاستجابات والمعرفة بمحتوياتها ومضمونها بل والتفاعل معها على مواقع الدراسة.

تطور صحافة الفيديو في عالم النشر الإلكتروني:

صحافة الفيديو أصبحت من العناصر المهمة للغاية في منظومة النشر الإلكتروني، وجعلت المواقع الإخبارية تنافس القنوات الفضائية بنقل "صوت + صورة" عن مختلف الأحداث، وتساعد أي مؤسسة في تحقيق أهدافها بترسيخ الصورة الذهنية لدى القارئ، باعتبار أن المواد المصورة تترك أثرًا أكبر من النصية بكثير، فضلًا عن تأثيرها في دعم المصداقية والقرب والحالية[12].

وقد شبه البعض صحافة الفيديو، بانها الطفل الذي لايزال وليدًا في عالم النشر الإلكتروني في مصر، ويسير بشكل عشوائي، ويعتمد فقط على "الافتكاسات"، تفتقر إلى المنظومة المؤسسية، وغالبًا ما يتم اختزالها في شخصين فقط، صاحب الفكرة ومنفذها، أو صحفي واحد يقوم بالمهمتين، ناهيك عن التدريب المفقود، وبالتالي يخرج المنتج النهائي قليل الجودة في أغلب الأحيان، فيفشل في تحقيق الهدف المنشود من إعداده[13].

أما إذا نجح في النهاية الموقع الإخباري في إنتاج فيديو عالي الجودة، ومتميز، فستجده يصطدم بــ"اللا منطق"، وهو أن يقوم الصحفي بتغطية متميزة لفاعلية ما، أو تنفيذ فكرة، ويعكف على التخطيط لتنفيذ السيناريو الخاص به، ويبذل مجهودا في التصوير، ثم المونتاج، حتى يتم الانتهاء من المنتج النهائي، وفي النهاية، يرفض القارئ الذي بذل كل هذا المجهود من أجله، مشاهدة الفيديو "خوفًا على سرعة استنزاف شحن باقة الإنترنت الخاصة به"!

حتي أصبحت مشكلة حقيقية لدى كل المواقع الإخبارية في مصر بلا استثناء، إنتاج مادة تحريرية تتضمن صورًا وفيديوهات، وروابط تشعبية، في وقت قليل مثلما يحدث في البلدان العربية المجاورة، بل يحتاج ذلك إلى كثير من المعالجات كي يخرج المنتج النهائي بالشكل "شبه المناسب"، فأقصى شيء يمكن فعله هو رفع الفيديو على موقع وإرفاق اللينك مع المادة المنشورة لدعمها بالصوت والصورة، أي أن الموقع ينتج المادة المصورة، وتستفيد المواقع الأخرى بنسب المشاهدة، ويعد ذلك الحل الأسرع، في حين لو كانت خدمة الإنترنت عالية فسيكون متاحًا للموقع تحميل الفيديوهات، بشكل مباشر عبر لوحة التحكم، مثلما يحدث في أغلب المواقع العربية والعالمية، وبالتالي لن يستفيد منها سوى صاحب الملكية الفكرية.

كل ذلك بعيدًا عن التأثير على تصميم المواقع، ففي الوقت الذي غزت فيه تصميمات المواقع الإخبارية حول العالم، مازالت المواقع في مصر تستخدم تصميمات جاهزة، ولغات برمجة بدائية[14].

الربح من صناعة الفيديوهات:

كيف تربح من صحافة الفيديو وصناعة الفيديوهات علي الإنترنت؟ سؤال يطرحه الكثيرين ويقرأه الكثيرين ممن سمعوا عن الربح من النت عبر صناعة الفيديوهات وصحافة الفيديو

واللذين يبحثون عن طرق لكسب المال من الإنترنت لانهم قد اقتنعوا أن الأمر ممكن. صحيح ان الربح من الإنترنت قد يكون بواسطة أدوات بسيطة وليس بحاجة لاستثمار كبير ولكن الأمر يتطلب بعض الصبر والمثابرة والطرق الصحيحة لكسب المال بطرق شرعية.

فهل تحلم بتحقيق أرباح حقيقية من الإنترنت وهل فكرت يومًا بكيفية تحقيق تلك الأرباح في هذا الموضوع سوف نحاول الإجابة على كيف تربح من الإنترنت وكذلك تقديم الكثير من الأفكار التي تمكننا من تحقيق أرباح جيدة من الإنترنت.

وإذا كنت تستطيع صناعة الفيديوهات بصورة احترافية او مبتدئة فيمكنك تحقيق ارباح لا بأس بها عن طريق صناعة أفلام أو عمل شروحات ورفعها على موقع يوتيوب فكيف تحقق الربح من يوتيوب؟ المسألة بسيطة للغاية كل ما هو مطلوب منك أن تقوم بعمل فيديو و تكون ملكيته الفكرية لك وأن لا تكون الفكرة مسروقة من فيديو اخرى حتى لا يتعرض الفيديو الخاص بك للرفض من قبل ادارة يويتوب وبمجرد أن تقوم برفع الفيديو بعد تحقيق الشرط السابق سوف يظهر إعلان تابع لــجوجل ادسنس على الفيديو الخاص بك و كلما زاد عدد الزائرين للفيديو الخاص بك كلما كانت فرص تحقيق الأرباح جيدة جدًا[15].

مراجع الفصل العاشر

(1) قيس رحماني، "**دور صحافة الفيديو الاقتصادية في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال الخليجيين. درسة تطبيقية** "، رسالة دكتوراه غير منشورة – كلية الآداب – جامعة المنصورة 2019.

(2) قيس رحماني، "دور صحافة الفيديو الاقتصادية في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال الخليجيين.. درسة تطبيقية "، **مرجع سابق**.

(3) أحمد أبو القاسم- رامي القناوى، **صحافة الفيديو الاقتصادية** في رسالة دكتوراه بـ"آداب المنصورة" الأربعاء 12/يونيو/2019 - 06:22 م- البوابة نيوز – القاهرة.

(4) قيس رحماني، "دور صحافة الفيديو الاقتصادية في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال الخليجيين.. درسة تطبيقية"، **مرجع سابق**.

(5) أحمد أبو القاسم- رامي القناوى، **صحافة الفيديو الاقتصادية** في رسالة دكتوراه بـ"آداب المنصورة" الأربعاء 12/يونيو/2019 - 06:22 م- البوابة نيوز – القاهرة.

(6) إسلام سعيد، رسالة ماجستير تؤكد: اليوم السابع الأول فى صحافة الفيديو – القاهرة اليوم السابع- الأحد، 22 ديسمبر 2019 10:25.

(7) سامي عبد الفتاح أبو رحال،**"إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدي إعتماد الجمهور عليها " "دراسة تحليلية وميدانية**. رسالة ماجستير. بقسم الإعلام- كلية الأداب- جامعة المنوفية- 2019

(8) سامي عبد الفتاح أبو رحال،"إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدي إعتماد الجمهور عليها"، **مرجع سابق.**

(9) سامي عبد الفتاح أبو رحال، "إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدي إعتماد الجمهور عليها"، **مرجع سابق.**

(10) أسماء مسعد عبد المجيد : **اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية- دراسة مسحية**، رسالة ماجستير، جامعة حلوان : كلية الآداب، 2011.

(11) أسماء مسعد عبد المجيد : اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية، **مرجع سابق.**

(12)علي تركي، 8 **شركات الإنترنت وتدمير صحافة الفيديو** – مقال منشور في جريدة البوابة نيوز – القاهرة 18-2-2016.

(13) علي تركي، 8 شركات الإنترنت وتدمير صحافة الفيديو، **مرجع سابق.**

(14) علي تركي، 8 شركات الإنترنت وتدمير صحافة الفيديو، **مرجع سابق.**

(15) ابراهيم احمد، **الربح من الإنترنت: دليل عملي للطرق المناسبة لكل المستويات 2019**، بلوج زوار نت، 18-10- 2018.

قائمة المحتويات

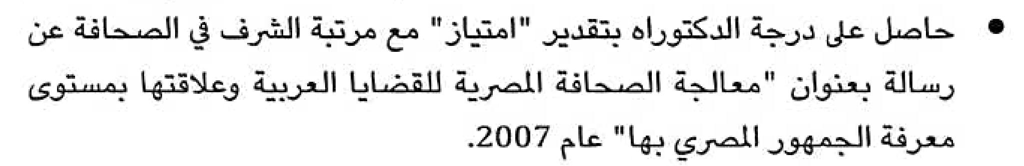
د. فتحي حسين عامر

مدرس إعلام تخصص صحافة مطبوعة

وإلكترونية - أكاديمية الأخبار

وصحفي وعضو نقابة الصحفيين

المؤهلات العلمية:



- حاصل على درجة الدكتوراه بتقدير "امتياز" مع مرتبة الشرف في الصحافة عن رسالة بعنوان "معالجة الصحافة المصرية للقضايا العربية وعلاقتها بمستوى معرفة الجمهور المصري بها" عام 2007.
- حاصل علي درجة الماجستير في الصحافة بتقدير ممتاز عن رسالة بعنوان "أخلاقيات الصحافة المصرية الخاصة في نشر الجريمة" عام 2004.

الخبرة العملية:

- التدريس في كلية الاعلام جامعة 6 أكتوبر خلال (2009 - 2011).
- التدريس في أكاديمية أخبار اليوم (2012 - 2013).
- التدريس في كلية الإعلام الجامعة الحديثة بالمقطم (2014 - 2015).
- التدريس في معهد الجزيرة العالي للإعلام (2016 - 2018).
- التدريس في معهد الشروق قسم الصحافة 2019.

كتب صدرت للمؤلف:

- الرأي العام الإلكتروني - دار النشر للجامعات 2013.
- تاريخ الصحافة العربية، العربي للنشر والتوزيع 2014.
- الاعلام والمظاهرات، العربي للنشر والتوزيع 2018.
- إعلام بدون اخلاق، العربي للنشر والتوزيع 2019.
- الصحافة الالكترونية الحاضر والمستقبل، العربي للنشر والتوزيع 2018.

للتواصل: **Dr.fatthy2012@yahoo.com**